

FABIANA PEREIRA FONTANA

**RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: EMPRESAS E COMUNIDADE SE
BENEFICIAM.**

Monografia apresentada ao Programa do Curso de Pós-Graduação do Departamento de Contabilidade do Setor de Ciências Aplicadas da Universidade Federal do Paraná, como requisito para obtenção do Título de Especialista em Gestão de negócios.

Orientador: Prof. Dr. Vicente Pacheco.

CURITIBA

2007

*Ao meu pai, Ademir Fontana pelo incentivo,
meus avós Carmelinda e Odorico e minha tia Cleuza
pelo amor e a dedicação, sem os quais eu nada seria.*

*"Você não consegue escapar da responsabilidade de amanhã esquivando-se dela
hoje."*

Abraham Lincoln (1809 - 1865)

RESUMO

FONTANA, Fabiana. **Responsabilidade social corporativa: empresas e comunidade se beneficiam.**

Este estudo trata sobre o tema responsabilidade social corporativa de forma exclusivamente teórica, buscando formar uma linha de raciocínio que explique o seu fenômeno. Entre outras, este trabalho busca responder as seguintes questões: O que é a responsabilidade social corporativa hoje? Porque a responsabilidade social cresce tanto atualmente? Qual é o benefício que a responsabilidade social proporciona às empresas? Baseando-se na literatura específica sobre o tema, apresenta a responsabilidade social corporativa de forma direta, mostrando a evolução do seu conceito, as causas do seu movimento e através de que meios se materializa a responsabilidade social da empresa, além de demonstrar, em números, o crescimento das ações socialmente responsáveis desenvolvidas pelas empresas e, conseqüentemente, de importância do tema. Em seguida sai-se da literatura específica sobre responsabilidade social para buscar, principalmente nas ciências sociais, explicar como funcionam as organizações e as transformações que vêm ocorrendo neste cenário, quais os objetivos de uma empresa e de que meios ela vem utilizando para atingi-los. Enquadrando responsabilidade social corporativa no mundo atual, demonstra-se o que pode ser o real objetivo das empresas ao serem socialmente responsáveis e quais os benefícios que tanto as empresas quanto a comunidade podem ter com o programa. O presente trabalho permitiu, ainda, constatar que o tema responsabilidade social precisa ser melhor estudado para que tenha um melhor entendimento e aproveitamento. Iniciativas bem planejadas podem beneficiar acionistas, colaboradores e comunidade de formas diferentes, porém vantajosas á todos.

Palavras-chave: Responsabilidade social corporativa; empresas; objetivos; cenário; benefícios.

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUÇÃO..... | 07 |
| 1.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA | 08 |
| 1.1.1 Conceitos..... | 09 |
| 1.1.2 O Conceito de Ética..... | 14 |
| 1.2. Determinantes da Responsabilidade social Corporativa | 15 |
| 1.2.1 Um retrato da Responsabilidade Social Corporativa..... | 18 |
| 1.3 A Instrumentalização da Responsabilidade Social Corporativa..... | 20 |
| 2. A ORGANIZAÇÃO CAPITALISTA E..... | 26 |
| 2.1. A Era do Globalismo..... | 26 |
| 2.1.1 O Capitalismo como modo de produção..... | 29 |
| 2.2.1 A fase do Toyotismo..... | 30 |
| 2.2.2 A função da política Neoliberal..... | 36 |
| 2.3. O Capitalismo como processo Civilizatório..... | 37 |
| 2.3.1 A Crise identitária do Indivíduo e a Crise da Sociedade..... | 38 |
| 3. A RELAÇÃO COM A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA..... | 43 |
| 4. CONCLUSÃO..... | 53 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS..... | 55 |

1. INTRODUÇÃO

A responsabilidade social nas organizações brasileiras é um tema novo, que vem recebendo várias definições e entendimentos.

A partir da década de 80 encontramos mudanças radicais e singulares, não apenas pelo reflexo da velocidade da informação presente nas várias dimensões da sociedade, mas principalmente pela integração dos mercados financeiros e o crescimento singular do comércio internacional, o que viemos a chamar de globalização. Se olharmos para a América Latina, percebemos que uma sutil revolução desenrola-se diariamente com o aparecimento de cidadãos com grandes dificuldades de inserção social na sociedade de consumo, como jovens, imigrantes, entre outras minorias. Há falta de acesso a bens, serviços, segurança, justiça e cidadania, excluídos do mercado de trabalho com o desemprego ou empregos ruins e instáveis.

Com a crescente competição e insegurança dos trabalhadores, cada vez mais a população irá depender de políticas públicas efetivas que garantam educação e treinamento adequado as exigências do mercado. É justamente neste ponto que encontramos uma das grandes incoerências da globalização: cada vez mais as políticas econômicas liberais reduzem o poder do Estado o transformando no que é chamado de Estado mínimo. Por outro lado, cada vez mais cresce o número de pessoas que exigem políticas públicas de proteção, que ofereça seguro desemprego, programas de habitação, entre outras.

O Brasil, por exemplo, em inúmeras oportunidades ao longo da sua história perdeu a chance de construir um desenvolvimento integral do povo e do País. Essa dissociação cavou abismos, gerou contrastes e produziu disparidades internas e externas. O Brasil econômico continua muito distante do Brasil social, marcado pela polarização social crescente, desintegração social e violência. Cada vez mais é necessário combinar políticas públicas que preservem as áreas modernas e competitivas por padrões internacionais em um esforço permanente de incorporar os setores atrasados, mais intensivos de mão de obra.

Atualmente, com a globalização dos mercados, surge uma nova dinâmica que vem alterando o perfil corporativo e estratégico das empresas. Além da adequação aos novos padrões, como eficiência e qualidade, crescem as exigências por uma

reformulação profunda da cultura e da filosofia que orientam as ações institucionais. A sociedade, cada vez mais consciente e conhecedora de seus direitos, exige das empresas um reestudo do seu papel nesse novo cenário. O tema responsabilidade social, é cada vez mais discutido nos meios não só empresariais mais acadêmicos também e seus defensores alegam que o comportamento socialmente responsável é fator diferencial que ajuda a construir e consolidar a marca empresarial, representando um investimento para a sustentabilidade e sucesso ao longo prazo. Para as empresas, passa a ser um diferencial a sua atuação moldada sob novas referências, conceitos e valores, buscando uma nova postura no desenvolvimento de seus negócios e no relacionamento com o meio de atuação.

Nessa perspectiva esse trabalho abordará temas que visam um maior entendimento das políticas de responsabilidade social corporativa com o intuito de esclarecer quais os verdadeiros objetivos dos programas de responsabilidade social corporativa, seus benefícios e por que essa prática cresce tanto atualmente.

1.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Nos últimos quarenta anos o tema responsabilidade social corporativa¹ tem, cada vez mais, despertado o interesse e o debate nos meios acadêmico e empresarial. Neste capítulo procura-se explicitar os mais importantes conceitos sobre responsabilidade social e sobre ética, bem como, a evolução do primeiro. Buscando entender a amplitude do tema e as diversas posições tomada pelos autores.

Além disto, busca-se descrever os determinantes que implicaram no surgimento do atual conceito de responsabilidade social, os comportamentos empresariais considerados socialmente responsáveis e o retorno obtido pelas empresas através desta atuação, bem como, introduzir as principais formas de instrumentalização da responsabilidade social e apresentar um retrato da prática empresarial socialmente responsável em âmbito nacional, tudo isto baseado na literatura disponível sobre o tema.

¹ Prefere-se utilizar o termo responsabilidade social corporativa para evitar o termo “na empresa” que tem um sentido interno e o “da empresa”, mais utilizado, de sentido externo. Pois, como pode ser percebido no presente estudo a responsabilidade social corporativa tanto pode ser voltada para dentro da empresa quanto para fora. Considera-se sinônimo de responsabilidade social corporativa, os termos: responsabilidade social da empresa, responsabilidade social empresarial e responsabilidade social nos negócios.

1.1.1 Conceitos

O entendimento do que é responsabilidade social corporativa já teve muitas variações, na citação a seguir pode-se percebê-las. Oliveira observou que:

“para uns, é tomada como uma responsabilidade legal ou obrigação social; para outros, é o comportamento socialmente responsável em que se observa a ética, e para outros ainda, não passa de contribuições de caridade que a empresa deve fazer. Há também os que admitem que a responsabilidade social é, exclusivamente, a responsabilidade de pagar bem aos empregados e dar-lhes bom tratamento. Logicamente, responsabilidade social das empresas é tudo isto, muito embora não seja somente estes itens isoladamente”².

A primeira referência ao tema responsabilidade social encontrada durante a fase de revisão bibliográfica foi a de Howard Bowen em estudo publicado em 1953 nos Estados Unidos, portanto, aparentemente pode-se dizer que o termo responsabilidade social foi cunhado por Bowen³.

Tal estudo faz parte de *“um grande estudo sobre Ética e Vida Econômica Cristã, que foi iniciado em 1949 pelo Conselho Federal das Igrejas de Cristo da América”⁴*, o qual no início de 1951 tornou-se o Conselho Nacional das Igrejas de Cristo nos Estados Unidos da América, ao se juntar a várias outras seitas formando um total de 29 seitas protestantes e ortodoxas. Daí, pode-se perceber como o tema responsabilidade social traz consigo, desde o seu surgimento, uma relação com a religião e a fé, um apelo a moral do homem.

Bowen define responsabilidade social como: *“às obrigações dos homens de negócios de adotar orientações, tomar decisões e seguir linhas de ação, que sejam compatíveis com os fins e valores de nossa sociedade”⁵.*

A definição acima não informa quais são os “fins e valores da nossa sociedade” e nem quais são “as linhas de ação” que são válidas para tanto. Sem se ter claro este

² OLIVEIRA, José Arimatés de. Responsabilidade social em pequenas e médias empresas. *Revista de Administração de Empresas*. v. 24, n. 4, p. 203-210, out./dez. 1984. p. 204.

³ Idem: *“Os estudos sobre responsabilidade social nos tempos modernos parecem ter sido reiniciados por Bowen (...)”*.

⁴ BOWEN, Howard R. *Responsabilidades Sociais do Homem de Negócios*. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 1957. p. 03.

ponto não se pode afirmar que a atitude ou a decisão de um empresário vai ao encontro dos tais “fins e valores” da sociedade, sendo assim, não se pode concluir se a empresa é ou não é socialmente responsável. Além disto, como questionou Tomei⁶, (a respeito das linhas de ação a serem tomadas pelos empresários que seriam compatíveis com os fins e valores de nossa sociedade) “*está implícito que os empresários o sabem, mas isto é realmente válido?*”⁷

Ainda percebe-se que o conceito de responsabilidade social (ao menos da forma como é colocado por Bowen) é “*muito filosófico, isto é, de cunho ideológico. Em outras palavras, a noção de responsabilidade social se defronta em áreas-limite da ética e da moral absolutamente subjetivas*”⁸

Na década de setenta alguns economistas manifestaram-se sobre a responsabilidade social que cabe às empresas e sobre a legitimidade da responsabilidade social empresarial, os de maiores destaque são Milton Friedman, Paul Samuelson e Keith Davis.

O autor Milton Friedman expoente do neo-liberalismo, segundo Montana e Charnov⁹, é contrario a qualquer ação empresarial que não seja voltada aos interesses econômicos da própria empresa, pois, caso contrário, a empresa está lesando seus acionistas; violando seu objetivo de gerar lucro, ao disponibilizar recursos da empresa, reduzindo, dessa forma, os lucros e se autotributando. Além de não haver razão para se supor que empresários conhecem as metas sociais e tenham habilidade suficiente para atingi-las.

Para Friedman¹⁰ a empresa está sendo socialmente responsável ao ser lucrativa já que desta forma ela é capaz de gerar empregos, pagar salários justos que colaborem para a melhora da vida de seus funcionários e pagar seus impostos em dia, contribuindo para bem-estar público.

Samuelson, segundo Guimarães,¹¹ acredita que somente as organizações monopolistas podem desenvolver programas sociais, já que estas podem repassar os custos de programas sociais aos consumidores, mantendo seu lucro no mesmo patamar.

⁵ Idem. p. 14 e 15.

⁶ TOMEI, Patricia A. Responsabilidade social de empresas: análise qualitativa da opinião do empresariado nacional. *Revista de Administração de Empresas*. v. 24, n. 4, p. 189-202, out./dez. 1984. p. 192.

⁷ Idem.

⁸ Idem.

⁹ MONTANA, Patrick J.; CHARNOV, Bruce H. *Administração*. São Paulo : Saraiva, 1998. p. 32-35.

¹⁰ Idem.

Davis, segundo a análise de Guimarães e Montana e Charnov¹², argumenta que a responsabilidade social da empresa deriva de seu poder social, como as decisões empresariais têm consequências sociais e como a empresa é a maior potência do mundo contemporâneo suas decisões não podem ser tomadas unicamente por fatores econômicos, tendo a empresa obrigatoriamente se guiar por fatores econômicos e sociais, assumindo a sua responsabilidade social correspondente. Quanto ao custo incorrido em ser socialmente responsável, Davis, como Samuelson, argumenta que o consumidor deve arcar com este, através do aumento de preço.

Perante posições tão diferentes, umas até divergentes, tratou-se de se diferenciar as maneiras pela qual entende-se a responsabilidade social, primeiramente em duas óticas: a da obrigação social e a da responsabilidade social.

Obrigação social corresponde aquilo que a empresa faz pelo social que está previsto em lei, desde o pagamento de impostos até a utilização de filtros nas chaminés de fábricas. Dessa forma, pode-se dizer que Friedman entende a responsabilidade social corporativa através da ótica da obrigação social.

Já a ótica da responsabilidade social pressupõe que a empresa considera as metas econômicas e sociais nas suas decisões, e vai além dos limites da legislação aproximando-se do entendimento de Davis.

O Instituto Ethos, considera a empresa socialmente responsável quando esta vai *“além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores”*¹³

Oliveira corrobora com a divisão que diferencia a responsabilidade social da obrigação social:

*“o simples cumprimento das obrigações legais, previamente determinadas pela sociedade, não será considerado como comportamento socialmente responsável, mas como obrigação contratual óbvia, aqui também denominada obrigação social”*¹⁴

¹¹ GUIMARÃES, Heloísa Werneck Mendes. Responsabilidade social da empresa: uma visão histórica de sua problemática. *Revista de Administração de Empresas*. v. 24, n. 4, p. 211-219, out./dez 1984. p.216.

¹² Vide as duas notas anteriores.

¹³ INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial*. São Paulo, 2000. p. 07. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 16 mar 2007.

¹⁴ Op. cit. p. 205.

E define responsabilidade social da empresa como “a capacidade de a empresa colaborar com a sociedade, considerando seus valores, normas e expectativas para o alcance de seus objetivos”¹⁵.

Porém, esta definição de responsabilidade social continua a apresentar uma grande subjetividade, o que dificulta sua operacionalização e instrumentalização. Pois, quais são os valores, normas e expectativas da sociedade? E seus objetivos? A resposta para estas questões é subjetiva, pois, depende do entendimento que tem cada indivíduo.

Essa subjetividade presente nas definições de responsabilidade social acarreta uma dificuldade de estudar e acompanhar os limites na realização da responsabilidade social corporativa. Oliveira cita alguns dos autores que perceberam esta dificuldade, Davis, Garner e Zenisek entre outros, alegam que a responsabilidade social é um alvo em movimento¹⁶. Oliveira escreve, ainda, que para Garner esta é uma das mais complexas e desconcertantes questões da administração, “pois não há limites para possível variedade de ramificações discutíveis e sensíveis”¹⁷.

Mas, esta mesma subjetividade permite que o conceito de responsabilidade social não seja datado, explica-se. Percebe-se que o texto dos conceitos de Bowen e de Oliveira são muito parecidos, mesmo tendo sido elaborados em épocas diferentes. O último foi escrito quase trinta anos depois do primeiro. Porém, isto não significa que eles tenham significados próximos, pois, deve-se analisar o contexto no qual foram escritos.

O conceito de Bowen data da época do *welfare state*, em que a atividade empresarial tinha uma importância e um impacto muito menor na sociedade do que ela tem hoje. Já o de Oliveira data do começo dos anos oitenta, quando os países capitalistas centrais desenvolviam o estado neoliberal.¹⁸

A ação socialmente responsável da época do *welfare state*, era, basicamente, filantrópica. Para Melo Neto e Froes a responsabilidade social era a “ação caridosa, típica dos capitalistas do início do século, que utilizavam filantropia como forma de expiação dos seus sentimentos de culpa por obterem lucros fáceis (...)”¹⁹.

¹⁵ Idem.

¹⁶ Op. cit. p. 204.+

¹⁷ Idem.

¹⁸ Apesar do Brasil, naquele tempo, não fazer parte considerável do movimento neoliberal, a análise bibliográfica de Oliveira, que o permite chegar ao seu conceito, é toda baseada em autores internacionais, principalmente norte-americanos, o que torna seu conceito baseado em uma realidade exterior.

¹⁹ Fernando de Almeida citado por MELO NETO, Francisco Paulo de e FROES, César. *Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor*. Qualitymark : Rio de Janeiro, 1999. p. 82 e 83.

Provavelmente, por isso a responsabilidade social ainda hoje é, comumente, confundida com filantropia ou caridade. Melo Neto e Froes diferenciam a filantropia da responsabilidade social assim:

“A filantropia é individualizada, pois a atitude e a ação são do empresário. A responsabilidade social é uma atitude coletiva e compreende ações de empregados, diretores e gerentes, fornecedores, acionistas e até mesmo clientes e demais parceiros de uma empresa. É, portanto, uma soma de vontades individuais e refletem um consenso.

A responsabilidade social é uma ação estratégica da empresa que busca retorno (...). A filantropia não busca retorno algum, apenas o conforto pessoal e moral de quem a pratica”²⁰.

Uma definição de responsabilidade social corporativa que caracteriza bem como esta é entendida hoje é a de Fernando Almeida. Almeida coloca que a

“Responsabilidade social corporativa é o comprometimento permanente dos empresários de adotar um comportamento ético e contribuir para o desenvolvimento econômico, melhorando, simultaneamente, a qualidade de vida de seus empregados e de suas famílias, da comunidade local e da sociedade como um todo”²¹

Patricia Almeida Ashley, doutoranda no tema, tem uma definição próxima a de Almeida, porém, entende-se, mais completa. Para Ashley

“Trata-se do compromisso contínuo nos negócios pelo comportamento ético que contribua para o desenvolvimento econômico, social e ambiental, pressupondo a realização de decisões empresariais que sejam resultado da reflexão sobre seus impactos sobre a qualidade de vida atual e futura de todos que sejam afetados pela operação da empresa”²²

A definição de Ashley é a que melhor representa como a responsabilidade social empresarial é entendida hoje. Para o melhor entendimento desta definição exige-se a explanação do que é ética e de sua relação com a responsabilidade social empresarial, o que está feito na seção seguinte.

²⁰ MELO NETO, Francisco Paulo de e FROES, César. *Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro : Qualitymark Ed., 2001. p. 28.

²¹ Fernando Almeida, citado por MELO NETO, Francisco Paulo de e FROES, César. *Responsabilidade Social e Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor*. Qualitymark : Rio de Janeiro, 1999. p. 88.

²² Disponível em: <<http://www.alternex.com.br/~patiagpucurio/apresentação.html>>. Acesso em: 16 mar. 2007.

1.1.2 O Conceito de Ética

A ética e a responsabilidade social caminham lado a lado. É a partir da moral e dos valores éticos daqueles que conduzem uma empresa, que parte a prática da responsabilidade social corporativa. Como visto nos conceitos de responsabilidade social da empresa, apresentados anteriormente “*o exercício da responsabilidade social pressupõe a adoção de um comportamento ético pela organização*”²³.

Há muitos conceitos sobre ética, mas nenhum desses conceitos exprime, necessariamente, a verdade, já que, partindo do pressuposto de que diferentes pessoas, comunidades, povos, etc. podem ter diferentes crenças e costumes, o que pode ser ético para alguns pode não ser ético para outros. Moreira define a ética como sendo um “*conjunto de regras que regem as ações de acordo com a moral e o bem.*”²⁴.

Vazquez define ética como sendo “*a teoria ou ciência do comportamento moral dos homens em sociedade. Ou seja, é ciência de uma forma específica de comportamento humano*”²⁵. Vazquez diz ainda que a moral faz parte da formação dos valores éticos, sendo moral definida pelo autor como:

“*um sistema de normas, princípios e valores, segundo o qual são regulamentadas as relações mútuas entre os indivíduos ou entre estes e a comunidade, de tal maneira que estas normas, dotadas de um caráter histórico e social, sejam acatadas livre e conscientemente, por uma convicção íntima, e não de uma maneira mecânica, externa ou impessoal.*”²⁶

Como se pode perceber, as ações éticas são regidas pela formação moral da sociedade e pela forma com que cada indivíduo distingue o bem e o mal. Quando se trata da ética empresarial, a tendência (numa empresa ética) é que a empresa siga os valores morais da sociedade e seus diretores e demais empregados sigam os valores propostos pelo “código de ética” da empresa. Em outras palavras, cada um (indivíduo ou empresa) segue os valores do meio em que está inserido.

Para Srour, o fato de uma empresa seguir seus valores éticos e morais nem sempre representa um bom negócio, porém como o próprio autor afirma “*reconhecer tal*

²³ NETO, Francisco P. de Melo; FROES, César. *Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001. p. 132.

²⁴ MOREIRA, Joaquim M. *A Ética Empresarial no Brasil*. São Paulo: Pioneira, 1999. p. 21.

²⁵ VAZQUEZ, Adolfo S. *Ética*. 19 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000. p. 23.

²⁶ Idem. p. 84.

*fato representa um passo decisivo para a 'saúde' das empresas*²⁷ pois, como coloca Moreira o “*comportamento ético por parte da empresa é exigido e esperado pela sociedade*”²⁸.

Na verdade a prática da responsabilidade social pressupõe compatibilidade entre os valores morais e éticos que a empresa carrega e os da sociedade. Para ser socialmente responsável a empresa precisa ter – e seguir – normas de conduta e valores que sejam prezados por seus *stakeholders* ²⁹.

A partir do momento que a empresa percebe seu compromisso ético com seus *stakeholders* que esta começa a desenvolver projetos e a realizar ações de responsabilidade social.

Para Melo Neto e Froes, a empresa socialmente responsável atua em três vetores:

1. *“Na adoção dos valores éticos, a empresa inicia sua cultura socialmente responsável, cumprindo com suas obrigações éticas, morais, culturais, econômicas e sociais.”*³⁰ A adoção de um código de ética é um bom começo.
2. *“Na difusão dos valores éticos, a empresa já com seu padrão ético estabelecido, começa a desenvolver projetos e ações.*
3. *Na transferência de valores éticos é que a empresa assume definitivamente um papel socialmente responsável. Seus projetos e ações tornam-se sustentáveis e os resultados obtidos asseguram uma melhoria da qualidade de vida no trabalho e na comunidade.”*³¹

1.2 Determinantes da Responsabilidade Social Corporativa

A seguir, tem-se a descrição das causas, segundo vários autores, que se consideradas juntas, explicam o crescimento da importância da responsabilidade social.

Segundo Melo Neto e Froes

²⁷ SROUR, Robert Henry. *Poder, cultura e ética nas organizações*. Rio de Janeiro : Campus, 1998. p. 294.

²⁸ MOREIRA, Joaquim M. Op. cit. p. 31.

²⁹ A tradução mais próxima deste termo seria partes interessadas, ou seja, todos aqueles que de alguma forma interagem, mantêm contato com a empresa.

³⁰ NETO, Francisco P. de Melo; FROES, César. *Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2001. p. 133.

“A consciência social dos empresários começou a despertar quando eles próprios perceberam que os problemas sociais atrapalhavam o desenvolvimento dos seus negócios (baixo poder aquisitivo da população, sistema educacional deficiente, violência, etc)”³²

Segundo Montana e Charnov a crescente preocupação sobre a responsabilidade social por parte das empresas *“está diretamente relacionada com o crescimento de movimentos ecológicos e de defesa do consumidor”³³*. Denis Donaire concorda que a questão ambiental cresceu de importância em nossa sociedade:

“a nova questão ambiental surgida no bojo das transformações culturais que ocorreram nas décadas de 60 e 70, ganhou dimensão e situou a proteção ao meio ambiente como um dos princípios mais fundamentais do homem moderno.”³⁴

Robert H. Srour é quem descreve o maior número de fatores que gestaram o conceito de responsabilidade social corporativa. Srour acredita que a responsabilidade social corporativa é parte dos resultados de um conjunto de “fenômenos históricos” ocorridos durante a segunda metade do século XX, que, segundo Srour, vieram a transformar o capitalismo. Esses fenômenos são:

“o fortalecimento de uma sociedade civil, ativa e articulada, que rejeitou a acomodação à pobreza sem apelo a solução de força, e que aos poucos penetrou no aparelho de estado, tornando-o ‘poroso’; o fato de, numa economia aberta e cada vez mais policiada pela mídia, os investimentos passarem a dar resultados econômicos apenas quando os produtos oferecessem mais valor aos consumidores (o lucro toma tinturas sociais); o desenvolvimento de alianças estratégicas entre empresários, que embora concorrentes entre si, estabelecem diversas formas de cooperação (joint ventures, parcerias, consórcios) para dinamizar seus negócios e alcançar maior competitividade; a conjugação dos esforços de agentes sociais em fundos de investimentos e em fundos de pensão, numa associação em que o capital assume ‘caráter conjunto’ ou ‘associativista’; a pulverização do capital aplicado numa variedade

³¹ Idem. p. 133 e 134.

³² MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. *Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro : Qualitymark Ed., 2001. sem p.

³³ Op. cit. p. 32.

³⁴ DONAIRE, Denis. Consideração sobre a Influência da Variável Ambiental na Empresa. *Revista de Administração de Empresas*. v. 34, n. 2, mar/abr. 1994. p. 69.

enorme de empreendimentos, sem mudar sua essência privada e individual; a emergência de empreendedores que controlam alguma forma de conhecimento, ou de saber inovador, em detrimento dos antigos detentores de capital monetário, dando corpo ao conceito de 'capital intelectual'; o fortalecimento da figura dos gestores profissionais, possuidores de capacidades gerenciais centradas na perseguição da qualidade, da produtividade crescente e da competitividade internacional; e a conquista de espaços democráticos no seio das empresas, graças à gestão participativa.”³⁵

A ocorrência dos “fenômenos históricos” mencionados por Srouer, na sua maioria a partir da segunda metade do século vinte, realmente disseminam-se nas economias capitalistas, ainda que relativamente incipiente no Brasil. A multiplicação das ONG's, a crescente importância da mídia como formadora de opinião, a recente participação dos fundos de pensão nas privatizações no Brasil, os crescentes salários e bônus que os executivos das empresas têm recebidos, e diversos outros exemplos, frequentemente, estão presente na mídia brasileira.

Percebe-se uma grande variação nas análises dos determinantes da responsabilidade social da empresa realizadas pelos autores, nenhum deles corrobora a posição do outro, ou seja, todos apresentam motivos diferentes para o surgimento do conceito de responsabilidade social corporativa da forma como entendido hoje.

Como dito anteriormente, os “fenômenos históricos” de Srouer realmente vêm ocorrendo. Quanto a questão ambiental e de defesa do consumidor exposta por Montana e Charnov, é consenso que estas duas questões desenvolveram-se na sociedade e hoje são relevantes movimentos. Já quanto a elevação da consciência social dos empresários acredita-se que é possível uma relação de causa e efeito entre a consciência dos empresários e a responsabilidade social corporativa, caso os problemas sociais realmente estiverem atrapalhando ou impedindo o desenvolvimento dos negócios dos empresários. Sendo assim, baseado na literatura especializada em responsabilidade social encontrada, deve-se considerar o conjunto destes determinantes como a melhor, não a ideal, maneira de se entender como se gestou o conceito de responsabilidade social da empresa.

Acredita-se que a maneira ideal de se entender tanto a responsabilidade social corporativa, quanto qualquer outro movimento empresarial, é através da análise

³⁵ SROUR, Robert Henry. Op. cit.. p. 46 e 47.

histórica baseada no estudo dos meios utilizados nas empresas para o alcance de seus objetivos.

1.2.1 Um Retrato da Responsabilidade Social Corporativa

Hoje a responsabilidade social corporativa é um tema emergente. Ações sociais realizadas por empresas vêm tendo crescente cobertura pela mídia. Revistas especializadas em negócios destacam reportagens que contemplam as ações sociais das empresas, a ética empresarial, marketing social e outros assuntos afins como: gestão participativa, participação nos lucros, programas de voluntariado e diversas outras políticas de gestão de recursos humanos.

A responsabilidade social dentro da administração privada cresceu constantemente, ao menos, durante os últimos cinco anos, a prova disto é que as empresas vêm cada vez mais participando de grupos de discussão sobre o tema e investindo seus recursos no social.

O Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, que foi fundado em 1997 e desde então vem aumentando o número de associados, se define como:

“uma associação de empresas criada para promover e disseminar práticas empresariais socialmente responsáveis, ajudando empresas e sociedade a alcançar um desenvolvimento social, econômico e ambiental sustentável”³⁶.

Em 1998 o Ethos tinha 11 empresas associadas, a partir daí este número passou para 143 em 1999; 287 ao final de 2000 e já atingiu 470 empresas associadas em 2001, que somam em torno 900 mil funcionários, têm um faturamento conjunto de R\$ 240 bilhões o que representa 25% do PIB nacional³⁷

O GIFE – Grupo de Institutos, Fundações e Empresas – como o próprio nome diz é

“um grupo de Institutos, Fundações e Empresas (que) congrega instituições de origem privada que, de forma voluntária e sistemática, investem recursos privados – humanos, técnicos ou financeiros – em projetos sociais com a missão de aperfeiçoar e difundir os conceitos e

³⁶ Disponível em: < <http://www.ethos.org.br/pri/open/associase/index.asp>>. Acesso em: 18 mar. 2007.

³⁷ Estes dados foram conseguidos através de contato via e-mail com o próprio Instituto Ethos, a relação das empresas associadas ao Ethos está disponível no site <http://www.ethos.org.br>.

*práticas do uso de recursos privados para o desenvolvimento do bem comum*³⁸

O GIFE, que iniciou suas atividades em 1989 como um grupo informal e se institucionalizou em 1995, tinha até junho de 2000 54 instituições filiadas, destas 48 responderam à pesquisa denominada Censo GIFE. Esta pesquisa concluiu que o grupo investiu mais de R\$ 437 milhões de reais em 2000. A tabela 1 discrimina ano a ano os investimentos do GIFE, bem como sua evolução.

Tabela 1: Evolução do investimento social dos associados GIFE.

| Ano | Valor atualizado em reais | % acumulado |
|------|---------------------------|-------------|
| 1997 | 377.745.038,75 | - |
| 1998 | 410.943.013,58 | 8,8 |
| 1999 | 433.702.891,31 | 14,8 |
| 2000 | 437.091.676,00 | 15,7 |

Fonte: GIFE. *Investimento Social privado no Brasil: perfil e catálogo dos associados GIFE* – São Paulo : 2001. p. 44.

Uma pesquisa realizada pelo IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – realizada nas regiões sudeste, nordeste e sul do país constatou que

*“em 1998, as empresas (da região sudeste) aplicaram R\$ 3,5 bilhões em projetos sociais, o que corresponde a 0,6% do PIB regional do mesmo ano. Já os empresários do Nordeste aplicaram, em 1999, R\$ 260 milhões ou 0,2% do PIB da região. No mesmo ano, o montante aplicado pelo empresariado do Sul foi de R\$ 320 milhões ou 0,2% do PIB regional.”*³⁹

Já há quem defenda que tratar os *stakeholders* de forma transparente, hoje, é tão importante quanto praticar bons preços. Segundo Calmon, para os autores do livro *Ética Empresarial: dilemas, tomadas de decisões e casos*, quem não agir assim está arriscado a *“perder metade dos clientes em cinco anos, metade dos funcionários em quatro e metade dos investidores em menos de uma ano”*⁴⁰

³⁸ GIFE. *Investimento Social privado no Brasil: perfil e catálogo dos associados GIFE* – São Paulo : 2001. p. 09.

³⁹ BRASIL, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. *Pesquisa Ação Social das Empresas/Resultados Comparados*. Rio de Janeiro : IPEA, 2000. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/a_social>. Acesso em: 29 de jan. 2007.

⁴⁰ CALMON, Joana. Conduta exemplar. Revista Veja. São Paulo, ed. 1699, 09 de maio de 2001. p. 62.

Tem-se ainda diversos exemplos menores, por exemplo: a revista Exame publica anualmente a 28 anos, a “Melhores e Maiores”, na edição deste anos a revista passou a utilizar entre seus critérios para a avaliação das melhores empresas a responsabilidade social⁴¹, já na publicação “As 100 Melhores Empresas para você Trabalhar”, também da revista Exame, a responsabilidade social é um dos oito elementos sob avaliação nas empresas⁴².

1.3. A Instrumentalização da Responsabilidade Social Corporativa

Diversos conceitos de responsabilidade social foram expostos na seção anterior, porém ainda não se falou de que atitudes tomar para ser socialmente responsável, de como se materializa a responsabilidade social corporativa.

Para Srour a responsabilidade social empresarial implica em:

*“parceria efetiva com clientes e fornecedores, gerando produtos de qualidade e assegurando durabilidade, confiabilidade e preços competitivos. Supõe contribuições para o desenvolvimento da comunidade (via projetos que aumentem o seu bem estar), além de investimentos em pesquisa tecnológica para inovar processos e produtos, e para melhor satisfazer os clientes ou usuários. Exige a conservação do meio ambiente através de intervenções não predatórias (consciência da vulnerabilidade do planeta) e através de medidas que evitem externalidades negativas. Requer desenvolvimento profissional dos trabalhadores e participação deles em decisões técnicas, inversões em segurança do trabalho, em melhores condições de trabalho e em benefícios sociais. Prescreve a não-discriminação e o tratamento equânime para as muitas categorias sociais que habitam as organizações.”*⁴³

Entende-se “externalidades negativas” como sendo qualquer consequência negativa da atividade da empresa que a mesma permita que ultrapasse os “limites da fábrica”. Para explicar Srour cita, entre outros, o seguinte exemplo “é o caso de um agricultor que cuida mal de seus campos e deixa proliferarem ervas daninhas que

⁴¹ Ver: NETZ, Clayton. Carta ao Leitor. *Melhores e Maiores*. Parte integrante da revista Exame ed. 744. São Paulo, julho de 2001, sem p.

⁴² Guia Exame – As 100 Melhores Empresas para Você Trabalhar. Parte integrante da revista Exame ed. 749, São Paulo, 19 de setembro de 2006.

⁴³ Op. Cit. p. 48.

*invadem as plantações de seus vizinhos; (...); de uma fábrica mal-cheirosa que incomoda todo um bairro.”*⁴⁴

No texto de Srour identifica-se três “categorias” que são atendidas pela responsabilidade social: a comunidade, o meio ambiente e o trabalhador da empresa, seja ele empregado da própria empresa, terceirizado, temporário, etc. – este trabalhador “moderno” será denominado, daqui em diante, como público interno por agrupar diversas formas de contrato de trabalho.

O Instituto Ethos apresenta seis categorias ou grupos que podem ser atendidos pela responsabilidade social corporativa, são eles: o público interno; o meio ambiente; os fornecedores; os consumidores; a comunidade; o governo e a sociedade. São várias as ações socialmente responsáveis que podem ser desenvolvidas para com cada um destes grupos, sendo que qualquer ação e/ou decisão para ser socialmente responsável deve ser sempre transparentes e éticas⁴⁵.

Para Oliveira⁴⁶ os grupos beneficiários da responsabilidade social corporativa são cinco: os empregados; os consumidores; os credores e fornecedores; a comunidade; os acionistas, sócios ou proprietários – fica de fora o grupo meio ambiente.

Oliveira conclui em sua pesquisa que há uma divergência entre o interesse dos acionistas, sócios ou proprietários de maximização do lucro, e o dos demais grupos o que impede que ambos sejam satisfeitos, pois caso a empresa invista seus recursos no social estará diminuindo os lucros de seus acionistas, sócios ou proprietários. Dar atenção aos interesses desta categoria *“inibe a ação da responsabilidade social para com as categorias restantes”*⁴⁷

O Instituto Ethos discorda desta visão. Para esse Instituto os proprietários também se beneficiam, mesmo que indiretamente, da responsabilidade social, ao terem o desempenho global de suas empresas fortalecido, pois as

*“empresas socialmente responsáveis estão melhor preparadas para assegurar a sustentabilidade a longo prazo dos negócios, por estarem sincronizadas com as novas dinâmicas que afetem a sociedade e o mundo empresarial”*⁴⁸

⁴⁴ Op. Cit. p. 56. Nota 29.

⁴⁵ Ver INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Op. cit.

⁴⁶ Op. Cit.

⁴⁷ Op. Cit. p. 209.

⁴⁸ INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Op. cit. p. 07.

Das considerações dos dois autores citados acima, pode-se identificar, uma lacuna, que permite interpretar que as ações socialmente responsáveis geram retorno aos seus acionistas, porém apenas a longo prazo como coloca o Ethos.

Há ainda, muitas outras ações consideradas socialmente responsáveis, como por exemplo, a publicação de Balanço Social, a criação de um código de ética, programas de voluntariados, entre outros. De acordo com o Instituto Ethos, as empresas devem manter relações transparentes com seus *stakeholders*, para isso

*“a adoção de uma postura clara e transparente no que diz respeito aos objetivos e compromissos éticos da empresa fortalece a legitimidade social de suas atividades, refletindo-se positivamente no conjunto de suas relações.”*⁴⁹

Essa postura “clara e transparente” pode ser demonstrada através da elaboração e publicação de Balanço Social ou de um código de ética. Segundo os indicadores de responsabilidade social do Instituto Ethos, o registro das ações socialmente responsáveis da empresa através de um Balanço Social *“permite avaliar seus resultados e direcionar os recursos para o futuro. O balanço social da empresa deve explicitar as iniciativas de caráter social, resultados atingidos e investimentos realizados.”*⁵⁰

Já os códigos éticos internos da empresa são definidos por esta própria, seguindo seus padrões éticos para com a sociedade. Segundo definição de Moreira, *“código de ética é um padrão de conduta para pessoas com diferentes visões e experiências”*⁵¹ ou seja, é um código que estabelece uma conduta ética, de modo que todos os envolvidos na empresa possam seguir um padrão em todos os seus relacionamentos e operações.

O código de ética serve não apenas para estabelecer um padrão de conduta para os funcionários, como também para demonstrar aos *stakeholders* as intenções da empresa para com a sociedade, para isso já existe uma norma de identificação das empresas éticas nos moldes do certificado ISO, a norma SA8000, com a qual as empresas consideradas éticas com seus clientes, fornecedores, funcionários e com a sociedade podem ser certificadas.

Quanto ao público interno, o Instituto Ethos afirma que

⁴⁹ Idem. p. 13.

⁵⁰ Idem. p. 14.

⁵¹ MOREIRA, Joaquim M. Op. cit. p. 33.

*“a empresa socialmente responsável não se limita a respeitar os direitos dos trabalhadores (...). A empresa deve ir além e investir no desenvolvimento pessoal e profissional de seus empregados, bem como na melhoria das condições de trabalho e no estreitamento de suas relações com os empregados.”*⁵²

Segundo o Instituto, a empresa deve favorecer a organização de seus empregados e possibilitar que os empregados compartilhem seus desafios através de programas de gestão participativa com participação nos resultados e bonificação.

Além disso, a empresa não deve utilizar de mão-de-obra infantil e não deve permitir qualquer tipo de discriminação em termos de recrutamento, acesso a treinamento, remuneração, avaliação ou promoção de seus empregados. Esse mesmo discurso é defendido por Moreira que afirma que *“a empresa ética não tolera preconceitos”*.⁵³

Outras práticas de responsabilidade social em relação ao público interno, segundo os Indicadores Ethos são: o comportamento da empresa frente a demissões, cuidados com saúde, segurança e condições de trabalho de seus empregados e preparação para aposentadoria. Esta última vêm acompanhada de estímulo para participação dos idosos nos projetos sociais da empresa.

Quanto ao meio ambiente, o Instituto Ethos defende que a empresa deve

*“(...) agir para a manutenção e melhoria das condições ambientais, minimizando ações próprias potencialmente agressivas ao meio ambiente e disseminando para outras empresas as práticas e conhecimentos adquiridos neste sentido.”*⁵⁴

A prática da responsabilidade social quanto ao meio ambiente tem os seguintes aspectos, segundo o Instituto Ethos: conscientização ambiental, redução do consumo de energia, água e insumos e o desenvolvimento e utilização de produtos e embalagens biodegradáveis e diminuição de poluição gerada.

Quanto aos fornecedores, o Instituto Ethos afirma que

“a empresa que tem compromisso com a responsabilidade social envolve-se com seus fornecedores e parceiros (...) pelo aprimoramento de suas

⁵² INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Op. cit. p. 15.

⁵³ MOREIRA, Joaquim M. Op. cit. p. 135.

⁵⁴ INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Op. cit. p. 18.

*relações (...). Cabe à empresa transmitir os valores de seu código de conduta a todos os participantes de sua cadeia de fornecedores, (...)*⁵⁵

Segundo o Instituto Ethos é dever da empresa utilizar critérios de seleção de fornecedores exigindo certos padrões de conduta. A empresa pode também auxiliar no desenvolvimento de fornecedores.

Quanto aos consumidores, o Instituto Ethos defende que *“a responsabilidade social em relação aos clientes e consumidores exige da empresa o investimento permanente no desenvolvimento de produtos e serviços confiáveis, (...)”*⁵⁶

Faz parte também da prática da responsabilidade social em relação aos consumidores a propaganda ética. De acordo com Moreira *“a propaganda ética expõe a verdade, não induz a erro, não escandaliza, não se refere a defeitos do concorrente, submete-se à liberdade de escolha, não é imoral”*⁵⁷, ou seja, é importante que a propaganda realizada pela empresa seja transparente sobre o produto ou serviço em questão e trate somente deste produto.

Outro tópico da responsabilidade social em relação ao consumidor é a excelência do atendimento. Segundo o Instituto Ethos *“cabe à empresa apoiar seus consumidores antes, durante e após a efetuação da venda, prevenindo prejuízos com o uso do seu produto”*⁵⁸.

Quanto a comunidade, é dever da empresa assumir relações com organizações atuantes na comunidade, promover investimentos e estratégias de atuação na área social e apoiar trabalhos voluntários por parte dos empregados.⁵⁹

Quanto ao governo e a sociedade *“a empresa deve relacionar-se de forma ética e responsável com os poderes públicos, (...)”*⁶⁰ seja mantendo uma transparência política ao contribuir com campanhas políticas e ao combater a corrupção ou participando de projetos sociais governamentais.

Acima estão citadas as principais maneiras de ser socialmente responsável com os diversos *stakeholders* das empresas. Sem dúvida, o estudo destas maneiras poderia render, cada um, uma monografia, por isto optou-se aqui, por apenas citá-los e dar seus contornos principais. A partir daqui, baseado na literatura especializada sobre

⁵⁵ Idem. p. 20

⁵⁶ Idem. p. 21

⁵⁷ MOREIRA, Joaquim M. Op. cit. p. 50.

⁵⁸ INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Op. cit. p. 21.

⁵⁹ INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. Op. cit.

⁶⁰ Idem. p. 24.

o tema responsabilidade social, apresenta-se o retorno que a empresa socialmente responsável pode conseguir.

O Instituto Ethos acredita que para aquelas empresas que incorporarem os princípios da responsabilidade social e os aplicarem corretamente (sem a intenção de divulgação da empresa ou como uma forma compensatória)

*“alguns resultados podem ser sentidos, como a valorização da imagem institucional e da marca, maior lealdade do consumidor, maior capacidade de recrutar e manter talentos, flexibilidade e capacidade de adaptação e longevidade.”*⁶¹

Já Melo Neto e Froes acreditam que as ações socialmente responsável da empresa acarretam:

“internamente, elas aumentam a produtividade no trabalho, criam maior motivação, auto-estima e orgulho dentre os funcionários. Bem gerenciadas, aprimoram o ambiente de trabalho e determinam a melhoria significativa da qualidade de vida no trabalho.

*Externamente, (...) gera retorno para a empresa – social, institucional, tributário-fiscal, de mídia e econômico -, aprimora os relacionamentos com seus diversos públicos e promove o desenvolvimento sustentável do local e região.”*⁶²

⁶¹ Disponível em: <<http://www.ethos.org.br/pri/princ/prespostas/index.asp>>. Acesso em: 18 mar. 2007.

⁶² MELO NETO, Francisco Paulo de e FROES, César. *Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro : Qualitymark Ed., 2001. sem p.

2 A ORGANIZAÇÃO CAPITALISTA E...

Foram apresentados e discutidos diversos autores que se expressam especificamente sobre a responsabilidade social corporativa. Nesse ponto do trabalho será examinado o discurso da responsabilidade social da empresa através de uma perspectiva histórica do modo com o qual a nossa sociedade produz suas riquezas, o modo capitalista de produção, e sua(s) forma(s) de organização.

Isto se faz necessário pois, o estudo de um movimento empresarial, como é o caso da responsabilidade social corporativa, nos remete a maneira como as empresas se organizam e os métodos que utilizam para alcançar seus objetivos.

Primeiramente descreve-se o capitalismo como modo de produção e como processo civilizatório, para em seguida, relacioná-lo com a responsabilidade social corporativa.

Logo de início deve-se esclarecer o significado de um termo amplamente utilizado neste capítulo.

*“O capital é um signo do capitalismo, é o emblema dos grupos e classes dominantes em escalas nacional, regional e mundial. (...) é uma categoria social complexa, baseada na produção de mercadoria e lucro, ou mais-valia, o que supõe todo o tempo a compra de força de trabalho; e sempre envolvendo instituições, padrões sócio-culturais de vários tipos em especial os jurídico-políticos que constituem as relações de produção.”*⁶³

2.1 A Era do Globalismo

A história do mundo já conheceu diversas configurações histórico-sociais, como, por exemplo, o feudalismo e o colonialismo. Hoje, percebe-se na sociedade o nascimento de um novo modelo histórico-social, o globalismo. Como qualquer modelo histórico-social, “o globalismo não nasce pronto, acabado e muito menos presente,

⁶³ IANNI, Octavio. *Teorias da Globalização*. 5 ed. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 1998. p. 48.

visível, evidente.”⁶⁴ Mesmo assim, já pode-se afirmar que nenhum jamais mostrou-se tão elaborado, abrangente e dominador como este que se forma agora.

*“O globalismo pode ser visto como uma configuração histórico-social no âmbito da qual se movem os indivíduos e as coletividades, ou as nações e as nacionalidades, compreendendo grupos sociais, classes sociais, povos, tribos, clãs e etnias, com as suas formas sociais de vida e trabalho, com as suas instituições, os seus padrões e os seus valores. Juntamente com as peculiaridades de cada coletividade, nação ou nacionalidade, com as suas tradições ou identidades, manifestam-se as configurações e os movimentos do globalismo. São realidades sociais, econômicas, políticas e culturais que emergem e dinamizam-se com a globalização do mundo, ou a formação da sociedade global.”*⁶⁵

Tais realidades, sociais, econômicas, políticas e culturais, articulam-se em âmbito propriamente global, a despeito de suas conotações locais, nacionais, regionais ou outras.⁶⁶

O globalismo resulta de um complexo jogo de forças que atuam tanto em âmbito local, nacional e regional como mundial. Sua formação vem desde o colonialismo e o imperialismo até a emergência do capitalismo como modo de produção global.

*“Algumas dessas força emergem com o nascimento do capitalismo, ao passo que outras surgem com o colonialismo e o imperialismo, compreendendo a formação de monopólios, trustes, cartéis, corporações transnacionais (...). (Porém, o globalismo) emerge de forma particularmente evidente, em suas configurações e em seus movimentos, no fim do século XX, a partir do desabamento do mundo bipolarizado em capitalismo e comunismo.”*⁶⁷

Não é coincidência o globalismo tomar corpo com o fim da disputa pela supremacia mundial entre capitalistas e comunistas. *“É óbvio que na base do globalismo,(...),está o capitalismo. As forças decisivas, pelas quais se dá a globalização do mundo,(...),são as forças deflagradas com a globalização do capitalismo,(...).”*⁶⁸

⁶⁴ IANNI, Octavio. *A Era do Globalismo*. 3. ed. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 1997. p. 218.

⁶⁵ Idem.

⁶⁶ Idem. p. 219.

⁶⁷ Idem.

⁶⁸ Idem. p. 218.

Sendo assim, a globalização do capitalismo é condição para a emergência e a consolidação do globalismo.

“Está em curso novo surto de universalização do capitalismo, como modo de produção e processo civilizatório. O desenvolvimento do modo capitalista de produção, em forma extensiva e intensiva adquire outro impulso, com base em novas tecnologias, criação de novos produtos, recriação da divisão transnacional do trabalho e mundialização dos mercados. As forças produtivas básicas, compreendendo o capital, a tecnologia, a força de trabalho e a divisão transnacional do trabalho, ultrapassam fronteiras geográficas, históricas e culturais, multiplicando-se assim as suas formas de articulação e contradição. (...).

A nova divisão transnacional do trabalho envolve a redistribuição das empresas, corporações e conglomerados por todo o mundo. Em lugar da concentração da indústria, centros financeiros, organizações de comércio, agências de publicidade e mídia impressa e eletrônica nos países dominantes, verifica-se a redistribuição dessas e outras atividades por diferentes países e continentes. Tanto é assim que, em poucas décadas, simplesmente a partir do término da Segunda Guerra Mundial, ocorrem ‘milagres’ econômicos em países com escassa tradição industrial, assim como em cidades sem nações, tais como Hong Kong e Cingapura; mas estrategicamente situadas em cartografias geopolíticas. Forma-se toda uma cadeia mundial de cidades globais, que passam a exercer papéis cruciais na generalização das forças produtivas e relação de produção em moldes capitalistas, bem como na polarização de estruturas globais de produção. Simultaneamente, ocorre a reestruturação de empresas, grandes, média e pequenas, em conformidade com as exigências da produtividade, agilidade e capacidade de inovação abertas pela ampliação dos mercados, em âmbito nacional, regional e mundial.”⁶⁹

“Sob todos os aspectos, a nova divisão transnacional do trabalho e produção implica outras e novas formas de organização social e técnica do trabalho, de mobilização da força de trabalho, quando se combinam trabalhadores de distantes categorias e especialidades, de modo a formar-se o trabalhador coletivo desterritorializado. Nesse sentido é que o

⁶⁹ Idem. p. 10.

*mundo parece ter-se transformado em uma imensa fábrica global. Uma fábrica em que se expressam e sintetizam as forças produtivas atuantes no mundo; e agilizadas pelas condições e possibilidades abertas tanto pela globalização dos mercados e empresas como pelos meios de comunicação baseados na eletrônica.”*⁷⁰

Todo este movimento do capital desde o fim da segunda guerra mundial e, principalmente desde o fim da guerra fria, acarreta também a urbanização do mundo decorrente da transformação da produção agrícola em um setor da produção industrial subordinada aos seus imperativos e submetidas às suas exigências.⁷¹ A intensificação e generalização das imigrações transnacionais.⁷² A “reforma do estado” para atender as necessidades do capital.⁷³ A subvenção de projetos nacionais as determinações globais.⁷⁴ Entre diversos outros efeitos que muitas vezes mesclam-se e confundem-se.

Aqui, dá-se maior atenção para a descrição e análise dos métodos de organização do trabalho e da produção nas empresas capitalistas, para a função do neoliberalismo nesta renovação produtiva do capital e para as consequências ao indivíduo que trabalha e à sociedade da “era do globalismo”. Em outras palavras, analisa-se o globalismo nas suas características econômicas, político-econômicas e sociais que acredita-se ter uma relação mais próxima com a responsabilidade social da empresa. Para então lançar uma tese que busca explicar e justificar o movimento da responsabilidade social corporativa.

2.1.1 O Capitalismo como Modo de Produção

Buscando entender o processo produtivo e o modo de organização do trabalho capitalista que nos lança à “era do globalismo”, além da capacidade de mudança do capital. Demonstra-se aqui, os processos produtivos utilizados no mundo atualmente que têm no toyotismo o seu centro. Explica-se, também, como a política neoliberal faz parte deste movimento e a função que ela exerce.

⁷⁰ Idem. p. 10 e 11.

⁷¹ Idem. p. 54.

⁷² Idem. p. 178.

⁷³ Idem. p. 139.

⁷⁴ Idem. p. 105.

2.2.1. A Fase do Toyotismo

Até o início de 1970, o fordismo foi o processo produtivo vigente no mundo capitalista. O fordismo caracterizava-se pelo trabalho subdividido ao máximo, buscando levar o trabalhador até o seu limite fisiológico e pela produção em massa e em série. O fordismo foi sustentado pela demanda aparentemente insaciável do pós guerra. Porém, a demanda durante os anos 70 minguou e ao tentar mudanças as empresas encontraram a resistência da classe trabalhadora, que naquele tempo era homogênea e (também por isto) unida.⁷⁵ Isto acarretou uma mudança drástica: o fim do modelo fordista, ao menos como conhecido até então. Segundo Ianni:

*“O fordismo, como padrão de organização do trabalho e produção, passa a combinar-se com ou ser substituído pela flexibilização dos processos de trabalho e produção, um padrão mais sensível às novas exigências do mercado mundial, combinando produtividade, capacidade de inovação e competitividade.”*⁷⁶

A partir da crise do fordismo inicia-se um movimento do capital em duas frentes, uma atuando dentro da empresa visando a reestruturação produtiva através do avanço tecnológico e da reorganização ou renovação dos métodos de controle e gestão da força de trabalho. Outra frente atuando externamente, visando a reestruturação formal das conquistas trabalhistas com a flexibilização jurídica-política de leis trabalhistas.⁷⁷ Esta última será analisada na seção seguinte.

Os métodos, entre outros, que o capital utiliza para superar a crise do fordismo, são partes de um todo, chamado toyotismo ou acumulação flexível. Essas partes e as consequências que elas inferem é o que busca-se apresentar na sequência.

O avanço tecnológico da produção, mencionado, ocorreu com o aperfeiçoamento das tecnologias utilizadas, com a substituição das mesmas, ou ainda, com uma combinação entre ambos métodos. Entre as tecnologias introduzidas nas fábricas, destacam-se: a automação, a robotização e a microeletrônica.⁷⁸

⁷⁵ Ver, para maiores detalhes sobre o fordismo: TEIXEIRA, Francisco José S.. Modernidade e crise: reestruturação capitalista ou fim do capitalismo? In: TEIXEIRA, Francisco José S. e OLIVEIRA, Manfredo A. de. (orgs.) *Neoliberalismo e Reestruturação Produtiva: as novas determinações do mundo do trabalho*. 2. ed. São Paulo : Cortez Editora; Fortaleza : UECE, 1998. p.53-59.

⁷⁶ Idem. p. 10.

⁷⁷ ANTUNES, Ricardo. Entrevista concedida a revista Espelho Nacional, n.º 1948, 19/07/2001. Disponível em: <<http://www.cnbcut.com.br/cnbbrasil/antunes.htm>>. Acesso em: 22 jan. 2007.

⁷⁸ ANTUNES, Ricardo. *Adeus ao trabalho?: ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho*. 3. ed. São Paulo : Cortez ; Campinas, SP. Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1995. p. 15.

A princípio o toyotismo surgiu como um processos isolado⁷⁹, decorrente da “falência” que o Japão vivia no pós-guerra⁸⁰. As condições restritas do mercado consumidor japonês pós guerra impôs as empresas a necessidade de produzir em pequena quantidade de forma a atender pedidos pequenos e variados⁸¹. Durante toda a década de cinquenta e sessenta, esta realidade japonesa era oposta à ocidental que tinha mercados pujantes. Neste sentido, pode-se dizer que o Japão pós-guerra apresentava as condições econômicas que o ocidente só veio a viver nos anos setenta. Daí, talvez, a explicação de porque o processo produtivo que veio “salvar” o capital no ocidente tenha surgido no Japão.

Coriat, segundo Antunes, coloca quatro fases para o advento do toyotismo.

*“Primeira: a introdução, na indústria automobilística japonesa da experiência do ramo têxtil, dada especialmente pela necessidade de o trabalhador operar simultaneamente com várias máquinas. Segunda: a necessidade de a empresa responder à crise financeira, aumentando a produção sem aumentar o número de trabalhadores. Terceira: a importação das técnicas de gestão de supermercados dos EUA, que deram origem ao Kanban. (...). Quarta fase: a expansão do método kanban para as empresas subcontratadas e fornecedoras.”*⁸²

Os traços constitutivos básicos do toyotismo

“podem ser assim resumidos: ao contrário do fordismo, a produção sob o toyotismo é variada, diversificada e pronta para suprir o consumo. É este quem determina o que será produzido, e não o contrário, como se procede na produção em série e de massa do fordismo. Desse modo, a produção sustenta-se na existência do estoque mínimo. O melhor aproveitamento possível do tempo de produção (incluindo-se também o transporte, o controle de qualidade e o estoque), é garantido pelo just in time. O Kanban, placas que são utilizadas para a reposição de peças, é fundamental, à medida que se inverte o processo: é do final, após a

⁷⁹ ANTUNES, Ricardo. Entrevista concedida a revista Espelho Nacional, n.º 1948, 19/07/2001. Disponível em: <<http://www.cnbcut.com.br/cnbbrasil/antunes.htm>>. Acesso em: 22 jan. 2007.

⁸⁰ KOTLER, Philip; FAHEY, Liam; JATUSRIPITAK, Somkid. *A Nova Concorrência*. Rio de Janeiro : Prentice-Hall do Brasil, 1986. p. 2: “a economia do Japão caminhava aos tropeços e seu povo estava moral e economicamente abatido”.

⁸¹ Benjamim Coriat citado por ANTUNES, Ricardo. *Adeus ao trabalho?: ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho*. 3. ed. São Paulo : Cortez ; Campinas, SP. Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1995. p. 24.

⁸² Idem. p. 23.

venda, que se inicia a reposição de estoques, e o kanban é a senha utilizada que alude à necessidade de reposição das peças/produtos.”⁸³

Quanto a eficácia deste modelo Teixeira escreveu que

“não há dúvidas de que o modelo japonês (...) traz todas as condições ideais requeridas para superar a crise de acumulação fordista: flexibilização da produção, intensificação do trabalho, modelo cooperativo de organização sindical, desverticalização da produção, etc.”⁸⁴

Como uma das causas da crise do fordismo foi a diferença de tempo nos processos produtivos da empresa integrada verticalmente⁸⁵ tratou-se de se reduzir as empresas, focando as atividades produtivas, ou seja, passando para terceiras a produção de seus insumos, aumentando, assim, o número de empresas em cada cadeia produtiva.

Esta redução do processo produtivo leva às empresas fornecedoras diversos métodos e processos, desenvolvidos de forma a atender o interesse das empresas “desverticalizada”.

Processos como:

“Kanban, just in time, flexibilização, terceirização, subcontratação, CCQ,, controle de qualidade total, eliminação do desperdício, ‘gerência participativa’, sindicalismo de empresa, entre tantos outros elementos, propagam-se intensamente.”⁸⁶

Este métodos aumentam a produtividade dos trabalhadores, diminuindo a necessidade de mão-de-obra, pois permite mais facilmente a inversão tecnológica nos processos produtivos e facilitam a gestão da empresa. Desta forma, a empresa “desverticalizada”, bem como suas fornecedoras tornam-se mais produtivas e consequentemente mais lucrativas sem precisar acrescentar novos trabalhadores.

Além disto, Aglietta imaginava o novo processo produtivo como um processo que organiza o trabalho e a produção fazendo com que

“a mediação e o tratamento de informação se influam mutuamente, como momentos de um mesmo processo previamente estabelecido e organizado em sua totalidade, e não como etapas sucessivas e

⁸³ ANTUNES, Ricardo. *Adeus ao trabalho?: ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho*. 3. ed. São Paulo : Cortez ; Campinas, SP. Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1995. p. 26.

⁸⁴ TEIXEIRA, Francisco José S.. Modernidade e crise: reestruturação capitalista ou fim do capitalismo? In: TEIXEIRA, Francisco José S. e OLIVEIRA, Manfredo A. de. (orgs.) Op. cit. p. 64.

⁸⁵ Idem. p.58.

⁸⁶ ANTUNES, Ricardo. op. cit. p. 27.

*separadas de um processo empírico, cujas diferentes fases são heterogêneas*⁸⁷

Entende-se que Aglietta, tratava aqui do, hoje tão divulgado, trabalho em equipe e do trabalho em células produtivas. Isto é o trabalho objetivando a realização de tarefas a serem realizadas por grupos, nos quais os níveis hierárquicos se confundem ou mesmo não existem. Isto condiz com o que Aglietta previu: a diminuição do “*número de capatazes, inspetores de controle de qualidade e outros vigilantes (...)*”⁸⁸

Dessa forma tem-se um processo de trabalho horizontalizado, ou seja, diminui-se os níveis hierárquicos da empresa, principalmente no nível gerencial.

Já Gounet mostra, segundo Antunes, que o sistema toyotista intensifica a exploração do trabalho quer porque os operários controlam simultaneamente várias máquinas, quer porque através do sistema de luzes na produção o capital pode intensificar, sem estrangular, o ritmo de produção⁸⁹.

Outro método utilizado no toyotismo à reprodução do capital é a flexibilização do trabalho. “*As empresas praticam uma estratégia de flexibilização em dois níveis simultâneos: o núcleo estável do pessoal da firma deve ter uma flexibilidade funcional; a mão-de-obra periférica, por seu lado, deve apresentar uma flexibilidade numérica.*”⁹⁰

Esta flexibilidade numérica ocorre de acordo com a conjuntura e, quando necessário, o capital utiliza-se de horas extras, de trabalhadores temporários ou da subcontratação.⁹¹

Outra consequência do modelo toyotista é a “*heterogeneização, fragmentação e complexificação da classe trabalhadora*”⁹² que ocorre com a inclusão da mulher no mercado de trabalho, com a expansão do trabalho precarizado (trabalho parcial, temporário, terceirizado e subcontratado) e com o aumento brutal do desemprego estrutural em nível global.⁹³

Além destas, observa-se que o trabalhador do toyotismo é submetido a lógica do capital mais intensamente que no fordismo, este era movido por uma lógica mais

⁸⁷ Michel Aglietta citado por TEIXEIRA, Francisco José S.. Modernidade e crise: reestruturação capitalista ou fim do capitalismo? In: TEIXEIRA, Francisco José S. e OLIVEIRA, Manfredo A. de. (orgs.) op. cit. p. 61.

⁸⁸ Idem.

⁸⁹ Idem.

⁹⁰ André Gorz citado por IANNI, Octavio. *A Era do Globalismo*. 3. ed. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 1997. p. 151.

⁹¹ ANTUNES, Ricardo. op. cit. p. 28.

⁹² Idem. p. 42.

⁹³ Idem. p. 41.

despótica, enquanto a do toyotismo, é *“mais consensual, mais envolvente, mais participativa, na verdade mais manipulatória.”*⁹⁴

*“Na lógica da integração toyotista, (o trabalhador) deve pensar e agir para o capital, para a produtividade, sob a aparência da eliminação efetiva do fosso existente entre elaboração e execução no processo de trabalho. Aparência porque a concepção efetiva dos produtos, a decisão do que e de como produzir não pertence aos trabalhadores.”*⁹⁵

Desta forma, o capital apropria-se do saber e do fazer do trabalho e não mais só do fazer como no modelo fordista.

Outra consequência é que os mecanismos de defesa do trabalhador estão cada vez mais ineficazes e ineficientes, cada vez mais distante das reais necessidades da classe trabalhadora.

Os sindicatos vivem um período em que perderam seu poder de luta e representação resultado das taxas de dessindicalização que são, em grande parte, decorrente da heterogeneização, fragmentação e complexificação da classe trabalhadora, já mencionada. E também, por estarem *“aturdidos e exercitando uma prática que raramente foi tão defensiva”*⁹⁶, planejando seus movimentos *“dentro dos valores fornecidos pela sociabilidade do mercado e do capital.”*⁹⁷

Na forma de organização do trabalho e produção toyotista o capital torna a alcançar um nível de lucro crescente. Porém, diferentemente dos dias atuais, na época do fordismo não se tinha um exército industrial de reserva como o que se tem hoje.

No tempo do fordismo era necessária a produção de bens e serviços públicos, como: portos, rodovias, transporte de massa, energia elétrica, meios de comunicação, etc. produzidos (ao menos naquele tempo) pelo Estado. Isto empregava muitos trabalhadores e restringia a oferta de mão-de-obra para os demais setores produtivos, para o capital⁹⁸, reduzindo, assim, o poder de barganha do capital que por sua vez não conseguia extrair tanta mais-valia do trabalhador.

Então aqui apresenta-se outro fator a ser mudado pelo capital, este não refere-se ao modo interno de organização do trabalho e da produção fordista e sim a relação

⁹⁴ Idem. p. 34.

⁹⁵ Idem.

⁹⁶ ANTUNES, Ricardo. op. cit. p. 35.

⁹⁷ Idem.

⁹⁸ TEIXEIRA, Francisco José S.. Modernidade e crise: reestruturação capitalista ou fim do capitalismo? In: TEIXEIRA, Francisco José S. e OLIVEIRA, Manfredo A. de. (orgs.) op. cit. p. 60.

entre capital e estado. Neste sentido é que Teixeira afirma que é preciso estabelecer “os pré-requisitos econômico-sociais de um novo ciclo de acumulação de capital”⁹⁹.

*“Diante disso, Aglietta só vê uma saída (para o capital): ‘uma transformação massiva do trabalho improdutivo em trabalho produtor de mais-valia’. Ora, uma transformação massiva do trabalho improdutivo em trabalho produtivo terá implicações brutais sobre a produção de bens e serviços. De duas uma: ou se reduz a produção desse bens e serviços e, portanto, se deterioram as condições materiais de existência da classe trabalhadora; ou esses bens e serviços terão que ser convertidos em mercadoria, o que só será possível mediante uma privatização brutal desse setor social.”*¹⁰⁰

Não é difícil saber que dentre as duas opções a maior parte do mundo, inclusive o Brasil, seguiu a segunda. Desse raciocínio, conclui-se que o número de trabalhadores desempregados ou subempregados não é apenas uma decorrência das inversões tecnológicas, do desemprego estrutural e da flexibilização do trabalho. O exército industrial de reserva é uma das condições de sucessos do toyotismo como processo produtivo. Por isso privatizou-se e privatiza-se o serviço público para, nas palavras de Teixeira, transformar esses bens e serviços em mercadorias. Em outras palavras, para o trabalhador não ter onde se refugiar do capital.

Demonstra-se, também, uma das funções da política econômica a serviço do capital. A qual analisa-se mais profundamente a seguir.

2.2.2. A Função da Política Neoliberal

*“Na época da globalização do capitalismo, entra em cena a ideologia neoliberal, como seu ingrediente, produto e condição”*¹⁰¹

Como dito na seção anterior, o capital atua em duas frentes uma interna a organização do trabalho e da produção capitalista toyotista outra externa na política econômica. Segundo Antunes “*neste período o capital tem duas patas: a reestruturação produtiva do capital e o neoliberalismo, que são muito bem articuladas, duas partes do mesmo corpo.*”¹⁰²

⁹⁹ Idem. p. 62.

¹⁰⁰ Idem.

¹⁰¹ IANNI, Octavio. *Teorias da Globalização*. 5 ed. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 1998. p. 83.

¹⁰² ANTUNES, Ricardo. Entrevista concedida a revista Espelho Nacional, n.º 1948, 19/07/2001. Disponível em: <<http://www.cnbcut.com.br/cnbbrasil/antunes.htm>>. Acesso em: 22 jan. 2007..

O período a que se refere Antunes é o mesmo em que ocorreu o advento e a consolidação do toyotismo, ou seja, a partir de 1973. No Brasil este processo somente veio a ocorrer a partir da eleição de Fernando Collor de Melo e vêm prosseguindo com o governo Fernando Henrique Cardoso.

Colocou-se anteriormente que a privatização é uma das maneiras que a política econômica neoliberal trabalha, mas ela não é a única segundo Ianni. Alias, a ideologia neoliberal não atua apenas sobre o estado, ela atua também, sobre as empresas, as organizações multilaterais e sobre a produção intelectual. Segundo Ianni:

“É no contexto do globalismo que o liberalismo se transfigura em neoliberalismo. (...) São muitas e evidentes as interpretações, as propostas e as reivindicações que se sintetizam na ideologia neoliberal: reforma do estado, desestatização da economia, privatização de empresas produtivas e lucrativas governamentais, abertura de mercados, redução de encargos sociais relativos aos assalariados por parte do poder público e das empresas ou corporações privadas, informatização de processos decisórios, produtivos, de comercialização e outros, busca da qualidade total, intensificação da produtividade e da lucratividade da empresa ou corporação nacional e transnacional. Esses e outros objetivos e meios inspirados no neoliberalismo impregnam tanto as práticas das empresas, corporações e conglomerados transnacionais como as práticas de governos nacionais e organizações multilaterais. Além disso, estão presentes na vida intelectual em geral, dentro e fora das universidades e outras instituições de ensino e pesquisa. E traduzem-se em uma vasta produção de livros, revistas, jornais, programas de rádio e televisão, tanto quanto se traduzem em ensaios e monografias. Aí mesclam ciência, ideologia e utopia.”¹⁰³

O neoliberalismo como política econômica desenvolvida pelo capital, age através de estruturas mundiais de poder compostas pelas corporações transnacionais e pelas organizações multilaterais que agem, com frequência, de modo concertado ou consensual, além de contar habitualmente com a colaboração ativa dos governos dos países dominantes.¹⁰⁴

“O impacto estrutural desta centralização de influências nas políticas de governos nacionais pode ser denominado de internacionalização do

¹⁰³ IANNI, Octavio. *A Era do Globalismo*. 3. ed. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 1997. p. 260 e 261.

estado. A sua influência mais comum é converter o estado em uma agência para o ajustamento das práticas e políticas da economia nacional às exigências estabelecidas pela economia global. O estado torna-se uma correia de transmissão da economia global à economia nacional, a despeito de ter sido formado para atuar como bastião de defesa do bem-estar doméstico em face dos distúrbios de origem externa.”¹⁰⁵

“Sob todos os aspectos, seja proposta teórica ou ideológica, o neoliberalismo revela como se desenvolve a globalização pelo alto, ou de cima para baixo. Sempre privilegia a propriedade privada, a grande corporação, o mercado livre de restrições políticas, sociais ou culturais, a tecnificação crescente e generalizada dos processos de trabalho e produção, a produtividade e a lucratividade.”¹⁰⁶

“A rigor, muito do que se sintetiza na expressão ‘reforma do estado’ diz respeito às exigências da globalização do capitalismo, de forma a ampliar os espaços e as fronteiras da reprodução ampliada do capital. Simultaneamente a reforma do estado suscitada por essa globalização implica rearranjos às vezes profundos entre o estado e a sociedade civil”¹⁰⁷

2.3 O Capitalismo como Processo Civilizatório

“Sim, o capitalismo se apresenta como um modo de produção e um processo civilizatório. Além de desenvolver e mundializar as suas forças produtivas e as suas relações de produção, desenvolve e mundializa instituições, padrões e valores sócio-culturais, formas de agir, sentir, pensar e imaginar. Nas diferentes tribos, clãs, nações e nacionalidades, ao lado as suas diversidades culturais, religiosas, linguísticas, étnicas ou outras, formam-se ou desenvolvem-se instituições, padrões e valores em conformidade com as exigências da racionalidade, produtividade, competitividade e lucratividade indispensáveis à produção de mercadorias, sem as quais não se realiza a mais-valia. Os princípios da

¹⁰⁴ Idem. p. 263.

¹⁰⁵ Idem. p. 262.

¹⁰⁶ Idem. p. 263.

¹⁰⁷ Idem. p. 139.

liberdade, igualdade e propriedade, articulados jurídico-politicamente no contrato de trabalho, aos poucos se impõe e generaliza em ambientes sociais em que prevalecem tribalismos, tradicionalismos, patriarcalismos e patrimonialismos. Aos poucos, a comunidade é recoberta pela sociedade, a sociabilidade baseada nas prestações pessoais, ou na produção de valores de uso, é recoberta ou substituída pela sociabilidade baseada no contrato, na produção de valores de troca. Simultaneamente, ocorre a secularização da cultura e do comportamento, a individuação, a emergência do individualismo possessivo e, em alguns casos, da cidadania.”¹⁰⁸

No globalismo

“Abalam-se os quadros sociais e mentais de referência, gerando impasses e aflições, ou crises e conflitos, tanto quanto perspectivas e horizontes. Sob muitos aspectos, as transformações que estão ocorrendo no mundo no fim do século XX, sugerindo os primeiros lineamentos do XXI, são manifestações de uma ruptura de amplas proporções, por suas implicações práticas e teóricas.”¹⁰⁹

O capital aproveita-se dos abalos mentais e sociais que ele mesmo provoca para lançar suas teses que, logicamente, atendem a seus objetivos.

Com o que diz Freitas entende-se melhor que condições sustentam o avanço do capital sobre o social, ou seja, como o capital, baseado nas crises de identidade do indivíduo e na crise da sociedade e através de todo um imaginário novo, consegue formar, aos poucos, uma nova consciência tanto para os trabalhadores que normalmente já estão sobre as suas asas, quanto para a sociedade em geral, instituições, sindicatos, mídia, etc.

2.3.1 A Crise Identitária do Indivíduo e a Crise da Sociedade

Pode-se perceber que Freitas corrobora a posição dos outros autores apresentados, anteriormente neste capítulo, quanto a identificação da “vitória” da reestruturação produtiva que vem ocorrendo no mundo e os movimentos da globalização. Porém, Freitas não aprofunda este estudo, a autora parte desta base (as

¹⁰⁸ Idem. p. 223.

consequências da reestruturação produtiva e os movimentos da globalização) para explicar a crise social vivida hoje em dia e justificar o surgimento do imaginário social moderno.

Para a Freitas o que dá suporte para o desenvolvimento das crises sociais atuais é:

“a ‘confirmação’ do capitalismo como a ‘única’ via capaz de promover o desenvolvimento econômico e a crescente legitimação da ideologia neoliberal, em que o econômico assume o papel predominante e subordina todas as demais esferas da vida social”¹¹⁰

Além da “própria política (que) se transforma numa simples gestora de índices econômicos”¹¹¹, bem como, o “Estado (que) – falido e desacreditado – deve se restringir a oferecer as condições necessárias de infra-estrutura (...)”¹¹² ao capital.

Quanto aos movimentos da globalização, é devido a eles que a sociedade moderna passa por um processo de “mudanças aceleradas constantes” que vêm desestruturando as organizações tradicionais da sociedade – a igreja e a família – além dos valores e condutas pessoais e coletivas.¹¹³ Assim sendo, mudanças não poderiam deixar de ocorrer, direta e indiretamente, nos níveis individual, familiar, organizacional e social.¹¹⁴

Quanto a crise no âmbito individual, vários estudos, explica Freitas, têm sido feitos tentando explicar melhor se tais mudanças implicam em apenas um mal-estar no processo de identificação ou em uma crise de identidade do indivíduo, hipótese na qual acredita Castoriadis e a própria Freitas.

Dessa forma percebe-se que o globalismo que vem ocorrendo, dentro do qual destaca-se a reestruturação produtiva e a globalização do capitalismo, atua como condição para desenvolvimento da crise de identidade do indivíduo, porém este movimento também das condições as empresas de se tornarem as instituições “maiores” de nossa sociedade o que traz diversas implicações.

“As organizações, especialmente as grandes empresas privadas, apresentam uma maior facilidade em captar as mudanças sociais e responder mais rapidamente a elas que as demais instituições. (...). As

¹⁰⁹ Idem. p. 221.

¹¹⁰ Idem. p. 10.

¹¹¹ Idem.

¹¹² Idem.

¹¹³ FREITAS, Maria Ester de. Contexto Social e Imaginário Organizacional Moderno. *Revista de Administração de Empresas*. v. 40, n. 2, p. 06-15, abr./jun. 2000. p. 07 e 08.

organizações lêem o que se passa no seu ambiente e reelaboram respostas que possam ser direcionadas para os seus objetivos.”¹¹⁵

Estas empresas respondem tanto de maneira operacional, ou seja, através de mudanças nos processos produtivos, quanto de “*forma simbólica, via cultura organizacional e repasse de todo um imaginário.*”¹¹⁶

Tal imaginário é criado por estas empresas para direcionar tanto o seu público interno quanto a sociedade em geral para seus objetivos e este é um plano desenvolvido, implantado e alcançado, como será demonstrado adiante, graças ao contexto de crise que vive os indivíduos e as instituições tradicionais, e as lacunas criadas por esta crise, na “era do globalismo”.

“As organizações são espaços de comportamentos controlados e todo o controle social passa, necessariamente, pelo controle de identidade. Se existe, neste momento, uma crise ou um mal-estar no processo de identificação dos indivíduos e se a integração social começa a se apresentar como problemática, é necessário desenvolver mecanismos capazes de dar respostas a essas questões e realinhar o processo de adaptação ao novo cenário mutável, redistribuindo a importância dos papéis dos atores sociais.”¹¹⁷

Vale ressaltar aqui que independentemente de se tratar de um mal-estar no processo de identificação dos indivíduos ou de uma crise, alternativa na qual, como dito anteriormente, acredita Freitas – independente disto – as empresas capitalistas, principalmente as grandes empresas privadas, têm condições de desenvolver mecanismos capazes de saciar as questões identitárias e reposicionar-se frente a sociedade.

“Nessa redistribuição as organizações modernas assumem uma importância que nunca tiveram antes e se oferecem o papel de ator central da sociedade, por meio do qual todas as demais relações devem se organizar. Elas pretendem ser o modelo de racionalidade, de transparência, de produtividade e de resultado que as demais instituições presentes no corpo social devem seguir.”¹¹⁸

¹¹⁴ Idem. p. 08.

¹¹⁵ Idem. p. 09.

¹¹⁶ Idem.

¹¹⁷ Idem.

¹¹⁸ Idem.

Este novo posicionamento das empresas proporciona ao capital uma grande eficácia no seu discurso, pois a empresa torna-se o modelo de sucesso, da verdade, da moral, etc., ou seja torna-se a maior referência para o indivíduo, algo visto talvez a um século atrás no começo do fordismo. Porém este movimento engloba a sociedade como um todo, não limitando-se ao interior da fábrica, e aproveitar-se, por exemplo, da crise do sindicalismo, do consumismo, do individualismo, etc. descritos por Antunes e Ianni.

“A relação com o trabalho ou com o lugar do trabalho tende a tornar a principal referência dos indivíduos ou, de outra forma, as organizações modernas – no contexto citado – assumem voluntariamente o papel de fornecedores de identidades tanto social quanto individual, contaminando o espaço do privado e buscando estabelecer com o indivíduo uma relação de referência total. Essa tentativa vai se dar por meio da produção de um imaginário específico, no qual a organização aparece como grande, potente, nobre, perfeita, procurando captar os anseios narcisistas de seus membros e prometendo-lhes ser a fonte de reconhecimento, de amor, de identidade, podendo preenchê-los e curá-los de suas imperfeições e fragilidades.”¹¹⁹

Portanto, além dos fatores político-econômicos, sem dúvida nenhuma importantes, *“é também a crise de identidade vivida pelos indivíduos nessa sociedade ocidental que permite a ampliação do papel das organizações modernas.”¹²⁰*

“Quanto mais as referências culturais e religiosas, tradicionais, se quebram, mais os indivíduos e grupos se mostram receptivos a acatar mensagens e líderes que lhes possam oferecer uma resposta que traduza um pouco mais de certeza e lhes permita o reconhecimento de um caminho, de um sentido para a vida. Numa sociedade em que é exaltada a importância da imagem, da aparência, do consumo, da superficialidade, as organizações modernas encontram um terreno fértil para se posicionar como o grande referente que propõe uma forma de vida de sucesso e uma missão nobre a realizar.”¹²¹

Assim, Freitas conclui que:

¹¹⁹ Idem.

¹²⁰ Idem. p. 10.

¹²¹ Idem.

“investidas como o novo pólo da legitimação social e como o lugar que pode responder pelo esfacelamento dos vínculos sociais e pelas questões identitárias, as organizações modernas – com ênfase nas grandes empresas – constroem para e de si uma auto-imagem grandiosa, que vai enraizar-se num imaginário próprio, que é repassado não apenas para os seus membros internos mas também para a sociedade no seu conjunto.”

122

¹²² Idem.

3. A RELAÇÃO COM A RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

A história mostra que a sociedade desde a época medieval até hoje é dividida em classes¹²³. E a busca pelo poder, ou seja, pela posição de classe dominante é contínua. Quem tem o poder em mãos sabe que ele tende a fugir a cada instante.¹²⁴ Isto põe em lados opostos as classes dominantes e as demais classes sociais.

Neste embate, as classes dominantes *“utilizam o seu poder econômico e político, bem como a manipulação do ‘imaginário social’, para garantir e, se possível, expandir o modo de produção e a estratificação social que garantem seu status quo.”*¹²⁵

No mundo atual, ou se preferir na “era do globalismo”, as classes dominantes são as classes que formam o capital, ou seja, as empresas, principalmente, as multinacionais e os organismos multilaterais.

Como demonstrou-se anteriormente o poder político-econômico do capital é crescente e com este aumento de poder o capital é cada vez mais capaz de transformar tudo e todos de maneira a atingir seus objetivos de acumulação. As empresas, especialmente, têm ainda a capacidade de renovar sua posição na sociedade, aproveitando-se de consequências da reestruturação produtiva e da crise de identidade dos indivíduos e de referências da sociedade.

Antunes mostra como o processo de produção toyotista manipula o público interno de uma empresa e se apropria do saber e do pensar do trabalhador.

*“Fundamentalmente, essa forma de produção flexibilizada busca a adesão de fundo por parte dos trabalhadores, que devem assumir o projeto do capital. Procura-se uma forma daquilo que chamei de envolvimento manipulatório levado ao limite, em que o capital busca o consentimento e a adesão dos trabalhadores, no interior das empresas, para viabilizar um projeto que é aquele desenhado e concebido segundo seus fundamentos exclusivos.”*¹²⁶

¹²³ GUIMARÃES, Heloísa Werneck M. Op. cit. p. 215.

¹²⁴ MAGALHÃES, Iliana Maria M. Responsabilidade social das empresas e ação política dos indivíduos e da sociedade. *Revista de Administração de Empresas*. Rio de Janeiro, v. 24, n. 4, p. 220-225, out/dez. 1984. p. 220.

¹²⁵ GUIMARÃES, Heloísa Werneck M. Op. cit. p. 215.

¹²⁶ ANTUNES, Ricardo. *Os Sentidos do Trabalho*: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho. São Paulo : Boitempo Editorial, 1999. p. 190.

“Ao contrário do taylorismo/fordismo (que é bom lembrar, ainda vigora em várias partes do mundo, ainda que de forma muitas vezes híbrida ou mesclada), no toyotismo, na sua versão japonesa, o trabalhador torna-se, com escrevi em Adeus ao Trabalho?, um déspota de si próprio. Ele é instigado a se auto-recriminar e se punir, se a sua produção não atingir a chamada ‘qualidade total’ (essa falácia mistificadora do capital). Ele trabalha num coletivo, em times ou cédulas de produção, e se um trabalhador ou uma trabalhadora não comparece ao trabalho será cobrado pelos próprios membros que formam sua equipe. É assim no ideário do toyotismo. Tal como a lógica desse ideário é concebida, as resistências, as rebeldias, as recusas, são completamente rejeitadas como atitudes contrárias ‘ao bom desempenho da empresa’. Isso levou um conhecido estudioso, Coriat, a dizer positivamente que o toyotismo exerce um envolvimento incitado. Contrapondo-me fortemente a isso, caracterizo esse procedimento como o de um envolvimento manipulado. Trata-se de um momento efetivo do estranhamento do trabalho ou, se preferirem, da alienação do trabalho, que é, entretanto levada ao limite, interiorizada na ‘alma do trabalhador’, levando-o a só pensar na produtividade, na competitividade, em como melhorar a produção da empresa, da sua ‘outra família’. (...) é o trabalhador pensando para o capital. Assim quer o toyotismo e sua formas assemelhadas.”¹²⁷

A imposição dos ideais do capital (produtividade, lucratividade, competitividade, etc.) ao trabalhador Antunes chama de subjetividade inautêntica que faz frente a chamada subjetividade autêntica. Esta imposição e relativa aceitação por parte dos trabalhadores do sentido que o capital dá ao trabalho é antagônico ao sentido que a humanidade confere ao trabalho.

“Toda subjetividade que a empresa incentiva é uma subjetividade inautêntica, porque é voltada exclusivamente para a lógica do mercado, para o atendimento da empresa, para as vantagens da empresa. Por isso eu digo em meu livro Os Sentidos do Trabalho que é uma subjetividade inautêntica, que não interessa à classe trabalhadora. Ao contrário, por exemplo de uma subjetividade autêntica, que seria aquela em que o trabalhador ou a trabalhadora pudesse exercer uma atividade livre,

¹²⁷ Idem. p. 205 e 206.

*autodeterminada, e decidindo o que produzir, como produzir e para quem produzir.”*¹²⁸

Freitas identifica e analisa cinco dos temas que compõe hoje o imaginário que as empresas criam de e para si e que funções são encobertas por este imaginário.¹²⁹ Os temas relacionados pela autora são: o da “empresa-cidadã”, o da “empresa como restauradora da ética e da moralidade”, o da “empresa-comunidade”, o do discurso flexibilidade no trabalho e o da excelência nas empresas. Focaliza-se, neste estudo, os três primeiros que são os relativos a responsabilidade social corporativa.

Segundo Freitas, a empresa-cidadã trabalha em duas frentes em seu discurso de cidadania: o apoio à cultura e à ecologia. No casos de ações de apoio à cultura as empresas encobrem o retorno “*seja em imagem institucional, seja em dividendos políticos, seja em redução de custos de campanhas publicitárias.*”¹³⁰

Com a publicidade convencional tendo cada vez mais sua eficácia limitada, a valorização da imagem institucional da empresa torna-se cada vez mais importante. E uma das formas disto ocorrer é através do apoio a eventos culturais. Sendo os produtos cada vez mais efêmeros, “*uma marca forte é sempre uma marca garantida, não importando o produto que ela decide vestir.*”¹³¹

Quanto a questão ecológica, Freitas afirma que:

*“Por um lado não é nem um favor preservar o planeta que pertence a todos. Por outro, cada vez mais é verdade que para se exportar para alguns mercados é necessário obedecer a alguns critérios que consideram a redução de danos ecológicos, como a utilização de matérias-primas não-tóxica e que não estejam em risco de extinção, a produção de embalagens que sejam recicláveis, a não-utilização de seres humanos como cobaias, a preservação da flora e da fauna dos ecossistemas ameaçados, o fato de não comprar a miséria de crianças e do trabalho escravo, etc.”*¹³²

¹²⁸ ANTUNES, Ricardo. Entrevista concedida a revista Espelho Nacional, n.º 1948, 19/07/2001. Disponível em: <<http://www.cnbcut.com.br/cnbbrasil/antunes.htm>>. 22 jan. 2007.. p. 04.

¹²⁹ FREITAS, Maria Ester de. Op. cit. p. 10.

¹³⁰ Idem. p. 11.

¹³¹ Idem.

¹³² Idem.

Assim o que este movimento realmente visa “é evitar ficar com produtos encalhados, com uma imagem internacional manchada e correr riscos de ser alvo de boicotes e sabotagens.”¹³³

“O movimento pela restauração da ética leva a supor que o ambiente estava se tornando mortífero e que as condições mínimas de confiabilidade estavam perecendo.”¹³⁴ Por isto resgata-se a ética nas relações, “o modelo que consagra aquele que ganha de qualquer jeito tende a esgotar-se na própria produção exclusiva de um mundo de cínicos, delatadores, sabotadores, espiões, (...) etc.”¹³⁵

Então, “não existem anjos nem inocentes neste jogo, mas existem conveniências e a necessidade de um mínimo de credibilidade para que as organizações possam operar, gerar lucros, crescer e expandir.”¹³⁶

O discurso da empresa-comunidade encobre uma maior exploração do trabalhador e de adequação do indivíduo ao ambiente da empresa ligando-o por laços comportamentais e relacionais, não mais diz respeito apenas às competências profissionais.¹³⁷

“Mecanismos diversos têm sido criados para expandir as áreas de influência das empresas sobre os indivíduos. A criação de espaços ‘soft’, de lazer, de recreação e de integração social, como clubes, colônias de férias, academias de ginástica, etc., não traduzem mais nenhuma novidade. O lugar de trabalho é também o lugar do hobby, do lúdico, do poético, da conveniência harmoniosa entre escalões hierárquicos democraticamente embaralhados, cuja pretensa proximidade dilui as diferenças e os conflitos.

Da mesma forma, a casa ou o universo privado de cada um também tende a ser integrado à empresa por meio do computador conectado em rede (pode-se trabalhar um pouquinho mais a qualquer hora sem necessidade de deslocamento ou de tirar o pijama). (...). Uma aliança é feita com os próprios familiares dos membros da empresa a fim de incentivá-los a produzir o máximo e a fazer jus aos paraísos gregos ou caribenhos em disputa.”¹³⁸

¹³³ Idem.

¹³⁴ Idem. p. 13.

¹³⁵ Idem.

¹³⁶ Idem.

¹³⁷ Idem. p. 14.

¹³⁸ Idem.

Ainda existe espaço para o zelo do “psicoespiritual”, por meio de cursos, palestras e práticas orientais de relaxamento, aumento de concentração e controle de estresse.¹³⁹

Assim, descreve-se os pontos principais para este estudo da “teoria” de Freitas, vale uma ressalva da autora *“o contexto atual, extraordinariamente mutável, não nos permite ainda uma visão clara de todas as implicações para o universo organizacional, (...)”*¹⁴⁰

Já Palazolli apresenta uma teoria que vem ser fundamental para entender a função da responsabilidade social corporativa nas relações de trabalho entre indivíduo e organização.

Existem dois tipos de relação entre empregado e organização. A primeira é a formal através do contrato de trabalho, no qual o indivíduo vende sua força de trabalho em troca de uma remuneração, esta relação é basicamente econômica.

*“Mas não é só esse tipo de relação que se estabelece entre organização e empregado. Outros tipos de ação são reconhecidos por estudiosos do Comportamento Organizacional – aqueles não previstos por contratos ou normas e políticas internas do sistema: comportamentos espontâneos, inovadores, cooperativos, sugestivos, que os indivíduos manifestam no contexto organizacional mesmo que não haja recompensas (econômicas ou sociais) previstas. Estes são denominados comportamentos extrapapel ou Comportamentos de Cidadania Organizacional.”*¹⁴¹

Este é o segundo tipo de relação, o qual trata-se aqui, a relação social de troca no qual é pressuposto a existência

*“de uma dimensão social na conduta de trabalhadores que pode superar a preocupação desses indivíduos em satisfazer necessidades e interesses particulares (...). Em outras palavras, têm-se como certo que a natureza social do indivíduo não limita suas respostas somente aos planos de retribuições elaborados pelas organizações.”*¹⁴²

Este comportamento recebeu a denominação de comportamento de cidadania organizacional o qual consiste *“em contribuições informais que os participantes podem*

¹³⁹ Idem.

¹⁴⁰ Idem.

¹⁴¹ PALAZOLLI, Fernando. Percepção de Justiça nas Organizações como Antecedente dos Comportamentos de Cidadania Organizacional. *Caderno de Pesquisas em Administração*. São Paulo, v. 07, n. 3, p. 01-12, jul./set. 2000. p. 07.

¹⁴² Idem. p. 04 e 05.

*eleger para ofertar, ou sonegar, independentemente da possibilidade de sanções ou incentivos informais*¹⁴³, sendo estas contribuições benéficas as organizações.

Segundo Palazolli

*“à medida que o indivíduo percebe o comprometimento da organização para com seus empregados, cresce a probabilidade de que estes emitam gestos espontâneos, não previstos ou normatizados pela organização, que contribuem para sua eficácia (da organização).”*¹⁴⁴

Porém, *“a emissão de atos espontâneos de colaboração com a organização não é influenciada pela percepção (por parte do empregado) de justiça negativa.”*¹⁴⁵ Ou seja, não há relação entre o entendimento que o empregado tem da troca econômica que ele realiza com a organização (mesmo que entendida como injusta), e a ocorrência ou não de atos espontâneos de colaboração com a organização.¹⁴⁶

Tal afirmação é baseada em estudos de Siqueira e de Siqueira e Dela Coleta, entre outros que são citados por estes autores. Segundo Palazolli, dentre estes outros estudos o de Organ e o de Moornam sugere que no caso de iniquidade na relação entre empregado e organização, o empregado poderia realizar os tais atos de colaboração buscando reduzir a tensão gerada pela desigualdade entre os investimentos pessoais e os resultados auferidos, ou seja, a tensão gerada pela própria iniquidade na relação empregado x organização.¹⁴⁷

Daí conclui-se que o empregado é capaz de contribuir espontaneamente para a organização quando estimulado por iniciativas da empresa que suplantem o campo formal e legislativo ou, em outras palavras, da relação de troca econômica e que caso a troca econômica entre empresa e empregado não for justa aos olhos do empregado, não quer dizer que o empregado não fará nenhum ato de cidadania organizacional. Ao contrário, existe *“a sugestão de que em situações de iniquidade os gestos de cidadania poderiam ser escolhidos como uma forma de reduzir a tensão gerada.”*¹⁴⁸

Esta é uma tese que nos parece relacionada à responsabilidade social corporativa e é uma forma de explicar o porque deste movimento. Demonstrando que é cada vez mais claro que o principal ganho empresarial com a responsabilidade social da empresa é retirado do seu público interno, isto nos mostra o texto de Palazolli.

¹⁴³ Mirleni M. Siqueira. citada por PALAZOLLI, Fernando. Op. cit. p. 05.

¹⁴⁴ PALAZOLLI, Fernando. Op. cit. p. 11.

¹⁴⁵ Idem.

¹⁴⁶ “Atos espontâneos de colaboração com a organização” é o que o autor chama de cidadania organizacional.

¹⁴⁷ PALAZOLLI, Fernando. Op. cit. p. 02 e 11.

¹⁴⁸ Idem. p. 11.

Retomando o texto de Antunes sobre o envolvimento manipulado que o trabalhador sobre a denominada subjetividade inautêntica e observando as práticas de responsabilidade social empresarial, essas parecem maneiras de mascarar e amenizar a manipulação do trabalhador, como se as empresas tentassem apresentar uma “subjetividade menos inautêntica”, o que na verdade não ocorre e condiz com a capacidade de dissimulação e conquista do capital.

Antunes escreveu, fechando a sua análise dos métodos de produção japonesa, como o *kanban* e o *just-in-time*, o seguinte: “(...) pensamos que se possa dizer que, no universo da era da produção japonesa, vivencia-se um processo de estranhamento do ser social que trabalha, que tendencialmente se aproxima do limite”¹⁴⁹

Talvez prolongar este estranhamento ou impedir que ele chegue ao limite do trabalhador seja uma das intenções da responsabilidade social da empresa é como coloca Magalhães “O homem tem o poder de, em um estado de limite de sua identidade, se rebelar, se posicionar. É uma transformação de estado da consciência pelo limite. Pelo limite da dignidade, do estômago, da opressão.”¹⁵⁰

Por conta dessa capacidade adoça-se a boca do indivíduo, e o cala por mais algum tempo, antecipando-se ao processo com medo que o indivíduo tome consciência.¹⁵¹ Antes que se chegue ao limite seja da dignidade, do estômago ou da opressão. Assim atua a responsabilidade social da empresa: legitimando seus meios produtivos perante seu público interno.

Guimarães conclui sua crítica colocando que “a crítica não se dirige à idéia de responsabilidade social em si, mas à sua instrumentalização.”¹⁵² Segundo essa autora

*“assumir uma responsabilidade está muito bem. Mas as propostas mais concretas, quais sejam, o balanço social e a participação em esferas institucionais não ligadas diretamente à atividade empresarial, parece que serão de maior benefício para a elite empresarial do que para a sociedade global.”*¹⁵³

Pode-se colocar esta crítica sob um ponto de vista limitado ao tema responsabilidade social. Guimarães afirma que o balanço social e a participação em esferas institucionais não ligadas diretamente à atividade empresarial, das quais

¹⁴⁹ ANTUNES, Ricardo. *Adeus ao trabalho?: ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho*. 3. ed. São Paulo : Cortez ; Campinas, SP. Editora da Universidade Estadual de Campinas, 1995. p. 34.

¹⁵⁰ MAGALHÃES, Iliana Maria M. Op. cit. p. 225.

¹⁵¹ Idem. p. 220.

¹⁵² GUIMARÃES, Heloísa Werneck M. Op. cit. p. 218.

¹⁵³ Idem.

imagina-se ser um exemplo as ONG's e outras instituições da sociedade civil, são as formas mais concretas de instrumentalização da responsabilidade social da empresa.

Pois bem, como demonstra a seção 1.4, hoje existem muito mais ações consideradas socialmente responsáveis. Tem-se n possíveis formas e combinações possíveis das empresas serem socialmente responsável para com cada um dos públicos das empresas. Não houve apenas um crescimento dos tipos de ações sociais possíveis, mas também uma disseminação e um melhor organização delas. Foram criados instituições, como o Instituto Ethos, que disseminam práticas socialmente responsáveis, além disso, a responsabilidade social da empresa já foi tema de diversos seminários, congressos e similares na área de administração. Em síntese, as práticas socialmente responsáveis vêm se expandindo e aperfeiçoando.

Então, se a afirmação de que a limitação do movimento da responsabilidade social decorre de sua instrumentalização um dia foi verdade, hoje ela não é mais.

Porém, limitar a crítica da responsabilidade social empresarial à sua instrumentalização, nos parece deixar passar em branco o ponto principal: a limitação imposta pela própria organização capitalista. Neste sentido, nos opomos a crítica de Guimarães. Senão é esta a principal crítica à responsabilidade social e à sua pretensa capacidade de mudança social, porque não se percebe uma melhora real na qualidade de vida da população ou mesmo da parte empregada, ou então porque os problemas ambientais nunca foram tão flagrantes, sendo que as empresas são as principais exploradoras do meio ambiente, ou ainda, porque as desigualdades sociais e a concentração de renda são crescentes. Poderiam ser enumeradas diversos outros fatos encontrados na sociedade, porém este não é o objetivo deste estudo.

A organização capitalista através dos métodos aplicados pelo seu processo produtivo impossibilita ações sociais transformadoras e duradouras, no máximo elas apaziguam problemas sociais de forma superficial e limitada no tempo e no espaço, pois uma empresa de qualquer forma – mesmo que socialmente responsável – têm impacto social. Isto é algo intrínseco ao sistema capitalista de produção.

Fica uma questão a ser respondida que seria, a grosso modo: “se não adianta fazer responsabilidade social, por que é que fazem?”. A resposta que logo vem a mente são as vantagens alcançadas. Talvez por se tratar de um tema relativamente novo não se tem claro quais são os retornos obtidos pelas empresas socialmente responsáveis, o que a teoria nos diz está apresentado nos últimos parágrafos da seção

1.4 deste estudo, mas não parece justificar por completo o movimento da responsabilidade social corporativa.

Uma possível resposta é decorrente da capacidade de motivar e influenciar funcionários, comunidade, clientes, fornecedores e sócios, porém não da forma simplória apresentada na teoria específica sobre responsabilidade social que se limita, basicamente, a idéia de que é melhor trabalhar, viver próximo, comprar, vender ou se associar a uma empresa socialmente responsável seja melhor do que fazer estas mesmas coisas com uma empresa que não siga os preceitos da responsabilidade social.

Interpretando os textos de Ianni e Freitas tem-se como as organizações principalmente as grandes empresas tem capacidade de influenciar o modo de pensar, agir e sentir de toda a sociedade. Ianni também demonstra como o capital é capaz de se articular para alcançar seus objetivos de acumulação. Já os textos de Antunes e Teixeira mostram a organização do trabalho capitalista em dois processos produtivos diferentes e provam a maneira rápida como as empresas transformam seus métodos produtivos e se adequam a necessidade de acumulação e de extração de mais-valia.

A responsabilidade social não é um processo empresarial que vêm para mudar o processo produtivo vigente, pelo contrário, a responsabilidade social reforça e legitima os demais meios produtivos e a maneira estonteante que se explora os trabalhadores no toyotismo. A responsabilidade social empresarial compõem o imaginário organizacional que as empresas criam e repassam para a sociedade em geral.

Ao que parece o mais atingido por esse movimento de responsabilidade social é o público interno da empresa que tende a demonstrar mais apego a companhia, pensar e agir nos preceitos do capital, como nunca se viu. No limite, o que as empresas pedem é que o trabalhador as ame sem ser amado; que confiem nelas mesmo que sistematicamente elas demonstrem que não merecem confiança¹⁵⁴.

O envolvimento entre empresa e trabalhador que a responsabilidade social forja é muito mais profundo do que pode-se pensar em uma análise superficial do tema. É como um vírus¹⁵⁵ que incuba-se profundamente no organismo principalmente daqueles que trabalham para as empresas, impedindo estas pessoas de entender a complexidade do meio em que estão inseridas e, assim, de entender e interpretar as situações pelas as quais passam. As pessoas tornam-se míopes, pensam e agem de

¹⁵⁴ Freitas. Maria Ester de. Op. cit. p. 15.

acordo com os interesses que o capital nelas implantam e, assim, não vêem o porque de sofrerem cada vez mais problemas físicos e mentais, de cada vez terem menos tempo disponível para suas relações familiares e sociais, etc.

Na verdade, não poderia ser diferente já que as empresas, como colocou Freitas, têm a facilidade de captar e entender, acima de qualquer outra forma de organização, o que se passa a sua volta e transformar lacunas em oportunidades e em lucros.

Pode ser muita pretensão dos que aqui escrevem interpretação de tal amplitude, porém, talvez por não estarmos ligados de forma direta com o trabalho rotineiro em empresas, ou por ainda, termos nossa mentes menos contaminadas pelo discurso do capital, ou por estarmos na posição de observador e pesquisador, ou mais provável ainda, por um somatório destas causas é que a conclusão que a responsabilidade social da empresa, teoricamente, é mais um meio para a reprodução ampliada do capital, através da ampliação e renovação da manipulação principalmente do trabalhador e através do reforço e justificativa dos demais métodos empresariais perante toda a sociedade, nos parece a justificativa mais provável para o movimento da responsabilidade social corporativa.

¹⁵⁵ Utilizando a mesma metáfora de: MAGALHÃES, Iliana Maria M. Op. cit.

4. CONCLUSÃO

A questão da responsabilidade social tem sido tema recorrente no mundo dos negócios. Há uma crescente preocupação por parte das empresas brasileiras em compreender seu conceito e dimensões e incorporá-los à sua realidade.

Sabe-se que muitas empresas já se mobilizam para a questão e estruturam projetos voltados para uma gestão socialmente responsável, investindo na relação estética, transparente e de qualidade com todos os seus públicos de relacionamentos. Essas iniciativas, apesar de apresentarem resultados positivos, representam, na maioria das vezes, ações pontuais e desconectadas da missão, visão, planejamento estratégico e posicionamento da empresa e, conseqüentemente, não expressam um compromisso efetivo para o desenvolvimento sustentável. Em muitos casos, as empresas brasileiras acabaram por associar responsabilidade social à ação social, seja pela via do investimento social privado, seja pela via de estímulo ao voluntariado. Esse viés de contribuição, embora relevante quando tratado de maneira isolada, coloca o foco da ação fora da empresa e não tem alcance para influenciar a comunidade empresarial a um outro tipo de contribuição, extremamente importante para a sociedade: a gestão dos impactos ambientais, econômicos e sociais provocados por decisões estratégicas, prática de negócios e processos operacionais.

A maioria das ações realizadas pelas empresas é em prol do público interno e a atuação se destaca no binômio “assistência médica e educação”. Observa-se, também, que as ações ao público externo têm um perfil assistencialista, como doação a comunidades carentes; mas isso ainda ocorre de maneira aleatória e pulverizada. Percebe-se um envolvimento limitado à filantropia empresarial, revelando que os motivos que levam os empresários a algumas práticas sociais são os motivos humanitários.

Como qualquer assunto relativamente novo na administração, a responsabilidade social precisa ser ainda muito estudada, preferencialmente através de abordagens inéditas ou pouco utilizadas e inter-disciplinares, neste estudo foi isto o que se tentou fazer. A linha que compõe e sustenta a análise aqui presente é relativamente frágil, já que poucos autores sustentam sua argumentação, mas não poderia ser diferente visto a novidade para o mundo que é o tema, sua abrangência e

complexidade. Dadas estas circunstâncias, pode-se colocar que este texto não pretende trazer uma análise definitiva do tema, e se por acaso o leitor sente o contrário ao ler este estudo (visto a eloquência das afirmativas que contém o texto), é porque a análise teórica permite e sustenta tais afirmações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANTUNES, Ricardo. *Adeus ao trabalho?: Ensaio sobre as metamorfoses e a centralidade do mundo do trabalho*. São Paulo : Cortez/Unicamp, 1995.
- _____. Entrevista concedida a revista *Espelho Nacional*, n.º 1948, 19/07/2001. Disponível em: <<http://www.cnbcut.com.br/cnbbrasil/antunes.htm>>. Acesso em: 22 jan. 2007.
- _____. *Os Sentidos do Trabalho: ensaio sobre a afirmação e a negação do trabalho*. São Paulo : Boitempo Editorial, 1999.
- BOWER, Howard R. *Responsabilidades sociais dos homens de negócio*. tradução de Octávio Alves Velho. Rio de Janeiro : Ed. Civilização Brasileira S.A, 1957.
- BRASIL, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada. *Pesquisa Ação Social das Empresas/Resultados Comparados*. Rio de Janeiro : IPEA, 2000. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/a_social>. Acesso em: 29 jan. 2007.
- CALMON, Joana. Conduta exemplar. *Revista Veja*. São Paulo, ed. 1699, 09 de maio de 2001.
- DONAIRE, D. Considerações sobre a influência da variável ambiental na empresa. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo: v. 34, n. 2, p. 68-77, mar./abr. 1994.
- FREITAS, Maria Ester de. Contexto Social e Imaginário Organizacional Moderno. *Revista de Administração de Empresas*. v. 40, n. 2, p. 6-15, abr./jun. 2000.
- GIFE. *Investimento Social Privado no Brasil: perfil e catálogo dos associados GIFE*. Grupo de Institutos, Fundações e Empresas : São Paulo, 2001.
- *Guia Exame – As 100 Melhores Empresas para Você Trabalhar*. Parte integrante da revista Exame ed. 749, São Paulo, 19 de setembro de 2001.
- GUIMARÃES, Heloísa Werneck Mendes. Responsabilidade social da empresa: uma visão histórica de sua problemática. *Revista de Administração de Empresas*. v. 24, n. 4, p. 211-219, out./dez 1984.
- <http://www.alternex.com.br/~patiagpucurio/apresentação.html>. Acesso em: 16 mar. 2007.
- <http://www.ethos.org.br/indicadores/default.htm>. Acesso em: 18 mar. 2007.
- <http://www.ethos.org.br/pri/open/associase/index.asp>. Acesso em: 18 mar. 2007.

- <http://www.ethos.org.br/pri/princ/prespostas/index.asp>. Acesso em: 18 mar. 2007.
- IANNI, Octavio. *A Era do Globalismo*. 3. ed. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 1997.
- _____. *Teorias da Globalização*. 5 ed. Rio de Janeiro : Civilização Brasileira, 1998.
- INSTITUTO ETHOS DE EMPRESAS E RESPONSABILIDADE SOCIAL. *Indicadores Ethos de Responsabilidade Social Empresarial*. São Paulo, 2000. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>>. Acesso em: 23 marc. 2007.
- KOTLER, Philip; FAHEY, Liam; JATUSRIPITAK, Somkid. *A Nova Concorrência*. Rio de Janeiro : Prentice-Hall do Brasil, 1986.
- MAGALHÃES, Iliana Maria M. Responsabilidade social das empresas e ação política dos indivíduos e da sociedade. *Revista de Administração de Empresas*. Rio de Janeiro, v. 24, n. 4, p. 220-225, out/dez. 1984.
- MELO NETO, Francisco Paulo de; FROES, César. *Gestão da Responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro : Qualitymark Ed., 2001.
- _____. *Responsabilidade Social & Cidadania Empresarial: a administração do terceiro setor*. Rio de Janeiro : Qualitymark Ed., 1999.
- MONTANA, Patrick J.; CHARNOV, Bruce H. *Administração*. São Paulo : Saraiva, 1998.
- MOREIRA, Joaquim M. *A Ética Empresarial no Brasil*. São Paulo : Pioneira, 1999.
- NETZ, Clayton. Carta ao Leitor. *Melhores e Maiores*. Parte integrante da revista Exame ed. 744. São Paulo, julho de 2001.
- OLIVEIRA, José Arimatés de. Responsabilidade social em pequenas e médias empresas. *Revista de Administração de Empresas*. v. 24, n. 4, p. 203-210, out./dez. 1984.
- PALAZOLLI, Fernando. Percepção de Justiça nas Organizações como Antecedente dos comportamentos de Cidadania Organizacional. *Caderno de Pesquisas em Administração*. São Paulo, v. 07, n.º 3, p. 1-12, jul./set. 2000. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/index.htm>>. Acesso em: 02 mai. 2007.
- SROUR, Robert H. *Poder, cultura e ética nas organizações*. Rio de Janeiro : Ed. Campus, 1998.
- TEIXEIRA, Francisco José S.. Modernidade e crise: reestruturação capitalista ou fim do capitalismo? In: TEIXEIRA, Francisco José S. e OLIVEIRA, Manfredo A. de. (orgs.) *Neoliberalismo e Reestruturação Produtiva: as novas determinações do mundo do trabalho*. 2. ed. São Paulo : Cortez Editora; Fortaleza : UECE, 1998.

- TOMEI, Patrícia A. Responsabilidade social de empresas: análise qualitativa da opinião do empresariado nacional. *Revista de Administração de Empresas*. v. 24, n. 4, p. 189-202, out./dez. 1984.
- VAZQUEZ, Adolfo S. *Ética*. 19 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.